

## แนวคิดโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่นและการประเมิน

Toshio TASAKA

### คำนำ

รัฐบาลไทยได้เริ่มโครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่นโดยใช้งบประมาณ 1,802 ล้านบาท โดยใช้พื้นที่ 67,000 ตารางเมตร ที่สี่แยกราชประสงค์ ซึ่งเป็นแหล่งที่ศูนย์การค้าชั้นนำของประเทศ เช่น อัมรินทร์ พลาซ่า, เอรಾವดี โซ โกลด์, เกสรพลาซ่า, เพนนินจุลาพลาซ่า ตั้งอยู่ ตามโครงการนี้มีการจัดตั้ง “สถาบัน วิชาการแฟชั่นนานาชาติแห่งกรุงเทพ” (Bangkok International Fashion Academy: BIFA) และมีการจัดตั้ง ศูนย์ศึกษาเทรนด์ทางแฟชั่น (Fashion Trend Center) ที่ตึกเซ็นทรัลเวิลด์ ชั้น 6

กระทรวงอุตสาหกรรมได้วางแผนจัดตั้งโครงการเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมแฟชั่น โดยรูปธรรม คือ “โครงการ กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น” ในมิถุนายน 1998 กระทรวงอุตสาหกรรมยังได้ตั้งแผนปฏิบัติการ ของการปฏิรูปโครงสร้างอุตสาหกรรมโดยปฏิรูปโครงสร้างอุตสาหกรรม 13 สาขาย่อย เพื่อเสริมกำลังการ แข่งขันโดยสร้างกลยุทธ์บ่มเพาะและสร้างความสามารถในการปรับตัวและแข่งขันใน 3 สาขาหลักของ อุตสาหกรรมแฟชั่นอันได้แก่ สิ่งทอ-เสื้อผ้า, รองเท้า-เครื่องหนัง และพลอย-อัญมณี เนื่องจากหลังของกลยุทธ์ นี้คือ การที่ไทยไม่สามารถฝากความหวังในฐานะผลิตสินค้าระดับเทคโนโลยีต่ำ หรือฐานรับช่วงสินค้า ระดับเทคโนโลยีต่ำได้ เนื่องจากอิทธิพลของจีนในฐานะการผลิตส่วนนี้ และไทยยังถูกแย่งตลาดของสินค้า สิ่งทอเทคโนโลยีต่ำจากอินโดนีเซีย, เวียดนาม จากการตกลง AFTA ตลอดจนภายในภูมิภาคเดียวกัน เป็น 0-5% ตั้งแต่กราคม 2000 เป็นต้นมา นอกจากนี้จากการตกลงทาง WTO ในปี 2005 เกิดการแข่งขัน เสริมจูงไม่สามารถพึ่งพิงระบบโควตาการส่งออกได้อีกต่อไป จึงเห็นได้ว่าโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น เล็งเป้าหมายเสริมสร้างกำลังการแข่งขันระดับนานาชาติให้แก่อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่น 3 สาขา

ดังนั้นในข้อเขียนนี้ จึงใคร่ที่จะอธิบายความเป็นมาของโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น สถานการณ์และประเมินเนื้อหาของโครงการ

### 1. ความเป็นมาของโครงการ

อุตสาหกรรมแฟชั่นของไทย ประกอบด้วยอุตสาหกรรมสิ่งทอ-เสื้อผ้า, อุตสาหกรรม พลอย-อัญมณี และอุตสาหกรรมรองเท้า-เครื่องหนัง อุตสาหกรรมเหล่านี้ประกอบด้วย กิจการขนาดกลาง- ย่อย ประมาณ 2 หมื่นกิจการ มีการจ้างงานประมาณ 2 ล้านคนและมีปริมาณส่งออก 3 แสนล้านบาท เท่าที่ผ่านมามีอุตสาหกรรมแฟชั่นของไทย มักรับช่วงผลิต (OEM) จากบริษัทชั้นนำของโลก กิจการที่มี การออกแบบหรือแบรนด์ของตนเองมีอยู่จำนวนน้อยมาก แม้ว่ามีบางกิจการที่มีแบรนด์ของตนเองที่โป้ โป๊, ไบฮอก, ประตุน้ำ, สยามสแควร์ และลีลม แต่เป็นแบรนด์ระดับภายในประเทศเท่านั้น ซึ่งการเติบโต ของการผลิตแบบ OEM นี้ มาจากนโยบายส่งเสริมการลงทุนของรัฐบาล, ค่าแรงต่ำ และการได้รับโควตา ของไทย

แต่ข้อตกลงสิ่งทอระหว่างประเทศที่กำหนดโควตาการส่งออกสิ่งทอ-เสื้อผ้า ไปยังประเทศที่พัฒนาจะสิ้นสุดในปี 2005 โดยข้อตกลง WTO ทำให้การเจรจาการค้าสิ่งทอ-เสื้อผ้าจะเข้าสู่ระบบการค้าเสรี นอกจากนี้ความได้เปรียบของไทยในฐานะประเทศค่าแรงงานถูก ก็ค่อย ๆ สูญเสียไปจากการเกิดขึ้นของประเทศคู่แข่งที่มีแรงงานราคาถูก ดังนั้นเพื่อแข่งขันกับตลาดโลก อุตสาหกรรมแฟชั่นของไทยจะต้องออกจากฐานะผู้รับช่วงการผลิตมาสู่ฐานะการมีแบรนด์ของตนเอง นอกจากนี้อุตสาหกรรมแฟชั่นไทย จะต้องยกระดับจากการผลิตแบบสินค้าระดับต่ำ (Low-End) มาสู่ สินค้าระดับสูง (Middle หรือ High-End) ปัจจุบันตำแหน่งของอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยอยู่ระดับล่างเมื่อเทียบกับวงการโลก ผู้นำแฟชั่น ได้แก่ ปารีส, มิราโน, นิวยอร์ก, โตเกียว, ลอนดอน ในขณะที่จีนและฮ่องกงเป็นผู้นำระดับภูมิภาค ดังนั้นเพื่อยกระดับไปสู่ผู้ผลิตสินค้าระดับสูง จำเป็นต้องสร้างแบรนด์ของตนเอง พร้อมทั้งพัฒนาการออกแบบและต้องผลักดันกรุงเทพฯ ให้เป็นศูนย์กลางแฟชั่นให้วงการทั่วไปได้รับทราบ กล่าวคือใช้วิธีออกแบบด้วยตนเอง โดยใช้แบรนด์ตนเอง ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเชิงรุก พร้อมทั้งเพิ่มยอดขายออกของสินค้าแฟชั่น

การพัฒนาตลาดของอุตสาหกรรมแฟชั่นจะเกี่ยวกับการพัฒนาอุตสาหกรรมในสาขาที่เกี่ยวข้อง ตัวอย่างเช่น การทอผ้า, การฟอกย้อม, การพิมพ์ลาย รวมทั้งอุตสาหกรรมต้นน้ำได้แก่ การปั่นด้ายและการทอผ้า นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องอย่างแน่นแฟ้นกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่ดี ประกอบกับเป็นแหล่งช้อปปิ้งของสินค้าแฟชั่นหลายอย่างที่คุณภาพดี อีกประการหนึ่ง โครงการนั้นนอกจากมุ่งการสร้างกำลังการแข่งขันทางอุตสาหกรรมแฟชั่นแล้ว ยังก่อให้เกิดความมั่นคงของการจ้างงาน แก่แรงงานและเป็นการกระจายรายได้อีกด้วย อีกทั้งสร้างความเกี่ยวเนื่องไปด้านหน้าอันได้แก่ ผู้ค้าขาย ทำให้เกิดรายได้ อย่างมากของประเทศ จึงมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจประเทศอย่างลึกซึ้ง

ดังนั้น กระทรวงอุตสาหกรรมและกระทรวงพาณิชย์จึงแบ่งกลุ่มอุตสาหกรรมภายในประเทศที่มีกำลังการแข่งขันเป็น 6 กลุ่ม หนึ่งในนี้คือ อุตสาหกรรมแฟชั่น ซึ่งประกอบด้วย สิ่งทอ-เสื้อผ้า, พลอย-อัญมณี, รองเท้า-เครื่องหนัง ซึ่งอุตสาหกรรมแฟชั่นจึงมีกำลังการแข่งขันเป็นอันดับที่ 2 รองจากอุตสาหกรรมอาหารและเกษตร อุตสาหกรรม สำหรับอุตสาหกรรมที่มีกำลังการแข่งขันเป็นอันดับที่ 3 คือ รถยนต์-ชิ้นส่วนยานยนต์ อันดับที่ 4 คือ อุตสาหกรรมอุปกรณ์ไฟฟ้า-อิเล็กทรอนิกส์ อันดับที่ 5 คือ อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ อันดับที่ 6 คือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กระทรวงอุตสาหกรรมและกระทรวงพาณิชย์ได้วางหลักการทางตลาดในการสร้างแบรนด์ของตนเอง พร้อมทั้งวางกลยุทธ์ “กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น” เพื่อให้กลายเป็นศูนย์กลางแฟชั่นของภูมิภาคนี้ ทั้งนี้ก็เพื่อยกระดับกำลังการแข่งขันของอุตสาหกรรมแฟชั่น นับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาได้เกิดคำ “อุตสาหกรรมแฟชั่น” ขึ้น ซึ่งกินความไม่เฉพาะอุตสาหกรรมสิ่งทอ-เสื้อผ้า เท่านั้น แต่รวมถึงอุตสาหกรรม พลอย-อัญมณี และรองเท้า-เครื่อง

หนึ่ง ซึ่งเป็นแนวคิดของ “คลัสเตอร์วัง” นอกจากนี้ คำว่า “ศูนย์กลางของภูมิภาค” ก็เป็นที่เริ่มใช้เช่นกัน ซึ่งแนวคิดนี้เองได้ขยายตัวกว้างขวางขึ้น

#### ตารางที่ 1 ความเป็นมาของแผนกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น

|               |                                                               |
|---------------|---------------------------------------------------------------|
| ม.ค. 2002     | หน่วยพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอนำเสนอแผน                           |
| มี.ค. 2002    | แผนกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น ถูกยื่นถึงนายก                        |
| ค.ค. 2002     | ที่ประชุมคณะกรรมการเสริมสร้างกำลังการแข่งขันแห่งชาติยอมรับแผน |
| ม.ค. 2003     | คณะรัฐมนตรีมีมติเงินจำนวน 54.2 ล้านบาท เพื่อเป็นงบประเดิมแผน  |
| 8 ก.ค. 2003   | คณะรัฐมนตรีมีมติผ่านงบประมาณของแผนเป็นจำนวน 1,810 ล้านบาท     |
| 26 ส.ค. 2003  | พันเลิศ ไบฮอก เข้ารับตำแหน่งประธานคณะกรรมการดำเนินงานของแผน   |
| 20 เม.ย. 2005 | เปลี่ยนตัวประธาน                                              |
| 30 ส.ค. 2005  | เปลี่ยนตัวประธานเป็น จักรกมล ผาสุกวนิช                        |

ต่อไป จะกล่าวถึงความเป็นมาของการเกิดกลยุทธ์กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่นและ ความเป็นมาของโครงการนี้อยู่ในตารางที่ 1 ข้างบน

แนวคิดการพัฒนาอุตสาหกรรมแฟชั่นอย่างเป็นระบบ ได้เริ่มจาก “สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ” ซึ่งเป็นองค์กรอิสระภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรม ได้จัดสัมมนาเรื่อง “ทำอย่างไรไทยจึงเป็นศูนย์กลางแฟชั่นของภูมิภาคได้” ซึ่งจัดขึ้นที่กาญจนบุรี ในวันที่ 26-27 มกราคม 2002 ซึ่งผู้เข้าร่วมการประชุมมีทั้งกลุ่มสมาคม หรือตัวแทนผู้เกี่ยวข้องสิ่งทอ-เสื้อผ้า รวมทั้งหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ณ ที่นั้น สมาคมผู้ผลิตเครื่องนุ่งห่มไทยได้เสนอแนวคิด “ไทย : ศูนย์กลางแฟชั่นภูมิภาค” ซึ่งที่ประชุมได้ยอมรับแนวคิดนี้ ซึ่งสถาบันพัฒนาสิ่งทอได้เป็นหน่วยงานดำเนินการ โครงการนี้ เพื่อให้แนวคิดกลายเป็นรูปธรรมและรับผิดชอบในการนำข้อเสนอสู่รัฐบาล

ในวันที่ 28 มีนาคม 2002 ได้มีการเปิดประชุมระหว่างนายกฯ กับฝ่ายเอกชน และยอมรับยุทธศาสตร์ที่ผลักดันให้ไทยกลายเป็นศูนย์กลางแฟชั่นของภูมิภาค (Tropical Fashion Center) นอกจากนี้ “คณะกรรมการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันแห่งชาติ” ได้ยอมรับ แผน “กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น” ในที่ประชุม 5 สิงหาคม 2002 โดยกระทรวงอุตสาหกรรมได้รับภาระกิจประสานงานการร่วมมือระหว่างรัฐบาล-เอกชน ทำหน้าที่ร่างรายละเอียดของแผน โดยมีนายพรหมมินทร์ เลิศสุริย์เดช รองนายกฯ เป็นประธานคณะกรรมการกลั่นกรองทำการรับรองข้อเสนอโครงการเริ่มต้นของแผนกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น ด้วยเงินงบประมาณเดิม 54.208 ล้านบาท และซื้อชั่วคราวระวางในการดำเนินการ โครงการ ได้แก่ (1) การให้ความสำคัญแก่การเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์จะต้องศึกษาโนฮาว์จากประเทศผู้นำทางแฟชั่นของโลก และศึกษา Life-style ของผู้บริโภค (2) ระบุให้ชัดถึงแผนดำเนินการ กิจกรรมและงบประมาณของ

แต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในวันที่ 21 มกราคม 2003 ที่ประชุมคณะรัฐมนตรีได้มีการรับแผนและ  
กิจกรรม Opening อย่างเป็นทางการ

ในวันที่ 10 เมษายน 2003 สมศักดิ์ เทพสุทิน รัฐมนตรีกระทรวงอุตสาหกรรม ได้เสนอร่าง  
งบประมาณ 300 ล้านบาทต่อคณะกรรมการกลั่นกรองที่มี ดร.สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ เป็นประธาน แต่แผน  
กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น ไม่ผ่านที่ประชุม เนื่องจากแผนดำเนินการเน้นการตลาดมากเกินไปทำให้  
งบประมาณที่เสนอสูงเกินไป ดร.สมคิด ยังกล่าวว่า แผนดำเนินการละเอียดไม่เพียงพอ และเน้นการตลาด  
มากเกินไปเป้าหมายอาจไม่บรรลุสมบูรณ์ อีกทั้งผลิตภัณฑ์แฟชั่นของไทยไม่เข้ามาตรฐานระดับโลก  
จึงไม่สามารถดึงดูดความสนใจจากชาวต่างประเทศได้ในการทำให้กรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลางแฟชั่น ดังนั้น  
ผลิตภัณฑ์จะต้องมีคุณภาพและดีไซน์ที่ดี จึงต้องเน้นการสร้างแบรนด์ ทำให้ข้อเสนอแผนปฏิบัติการตก  
ไป

จากคำสั่งของ ดร.สมคิด ที่ให้ทีมนำดำเนินการทำการปรึกษาหารือเพิ่มเติม ทำให้ตัวแทนจาก  
อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม, ห้างและพลอย-อัญมณี ทำการปรึกษาหารือว่าต้องมี Frame-work อย่างไร จึง  
ทำให้กรุงเทพฯ กลายเป็นเมืองแฟชั่น และทำอย่างไรจึงทำให้แนวคิดบรรลุได้ ถ้าแต่ละอุตสาหกรรม  
เสนอแผนแบบแตกต่างกันหากจากกัน ต่างคนต่างทำ จะยากที่จะบรรลุเป้าหมายได้ ทำให้การ  
ปรึกษาหารือลงตัวมีความเห็นร่วมกันกล่าวคือเริ่มแรกจะต้องจัดลำดับความสำคัญ กล่าวคือเริ่มจาก  
ระดับพื้นฐานไปสู่ขั้นตอนพัฒนาทางด้านดีไซน์ ไปสู่ขั้นตอนการสร้างแบรนด์ที่เป็นที่ยอมรับของตลาด  
ภายใต้หลักการนี้ การยกระดับอุตสาหกรรมแฟชั่นเช่นนี้ใช้งบประมาณ 1,200 ล้านบาท แต่เนื่องจาก 3  
อุตสาหกรรมที่กล่าวมานี้มีระดับความพร้อมที่แตกต่างกัน จึงต้องระบุอย่างชัดเจนว่าจะยกระดับ  
อุตสาหกรรมแฟชั่นได้อย่างไร ระยะเวลาเตรียมตัว 18 เดือนในขณะนี้ได้มีการจัดอบรมและเทรนนิ่งเรื่อง  
ดีไซน์, วิจัยและพัฒนา, และการศึกษา ซึ่งใช้งบประมาณ 300 ล้านบาท ทางด้านการตลาดมีการจัด  
สัปดาห์แฟชั่นในปลายปี 2004 ซึ่งใช้งบ 100 ล้านบาท จากการปรึกษาหารือที่ละเอียดเช่นนี้ แผน  
กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่นได้ผ่านคณะรัฐมนตรีในวันที่ 18 กรกฎาคม 2003 โดยกำหนดงบประมาณ 1,824  
ล้านบาท โดยดำเนินการในช่วง 18 เดือนและใช้ความร่วมมือทั้งฝ่ายรัฐบาลและเอกชน

24 กรกฎาคม นายฯ ทักษิณ ชินวัตร ได้ทำหน้าที่เป็นประธาน Workshop ของแผน  
กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น โดยมีสมคิด จาตุศรีพิทักษ์ และสมศักดิ์ เทพสุทิน รัฐมนตรีกระทรวงอุตสาหกรรม  
เข้าร่วม Workshop ด้วย ในที่ประชุมนายฯ ทักษิณ ได้ชี้ว่า ผลิตภัณฑ์แฟชั่นของไทยเป็นเพียงการรับ  
ช่วงการผลิตเท่านั้น ไม่เกิดมูลค่าเพิ่มเท่าที่ควร ควรที่รัฐบาลจะเข้าร่วมผลักดันสนับสนุนการสร้างแบรนด์  
ของเอกชน ถ้าการสร้างแบรนด์ได้สำเร็จ จะได้กำไรเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามขึ้นอยู่กับดำเนินการของ  
เอกชน ดังนั้นภาคเอกชนจะต้องมีการพยายามมากขึ้น และในวงการนี้เองจำเป็นต้องเข้าใจความต้องการ  
ของตลาดโดยเฉพาะอย่างยิ่งการวิเคราะห์ตลาด เพื่อสร้างกระแสนิยม โดยต้องเปลี่ยนรูปแบบการขายให้  
สอดคล้องกัน ตัวอย่างเช่น ชินส์ลิวส์ได้ทำการสำรวจตลาดก่อนเริ่มการผลิต หลุยส์วิตตองไม่  
จัดตั้งแฟรนไชส์แต่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในราคาที่สูง สำหรับ DKNY ได้ซื้อผลิตภัณฑ์จากประเทศต่าง ๆ

แต่นำมาจำหน่ายในราคาสูงโดยใช้แบรนด์ตนเอง นายกฯ ทักษิณ ได้ยกตัวอย่างเหล่านี้ และให้เหตุผลว่า ถ้าไทยสามารถสร้างแบรนด์ของตนเองได้สำเร็จก็จะสามารถยกระดับสู่การจำหน่ายด้วยยอดขายที่สูงได้

โครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่นได้ใช้งบประมาณ 1,824 ล้านบาท ใน 11 โครงการย่อย ซึ่งเป็นการพยายามในการสร้างบุคลากร สร้างกิจการและสร้างเมืองหลวง เมื่อแต่ละโครงการย่อยดำเนินการให้สัมฤทธิ์ผลให้คุ้มค่าเงินสนับสนุนของรัฐบาลก็ย่อมต้องปรับแก้ในรายละเอียด ดังนั้นจะต้องให้จุดเน้นที่การพัฒนาบุคลากร กล่าวคือ ทำการสะสม Skill ประสบการณ์และความรู้ของบุคลากรขึ้นในสาขาแฟชั่น และทำการจ้างผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศเข้ามาเพื่อถ่ายทอดความรู้ สิ่งนี้เป็นสิ่งจำเป็นในการพัฒนาอุตสาหกรรมแฟชั่นในระยะยาว

นายกฯ ทักษิณ เองก็ได้ซักถามในรายละเอียดของแต่ละโครงการย่อยอย่างจริงจัง ผลปรากฏว่า นายกฯ ขอมรับโครงการย่อยเหล่านั้นเพียง 3 โครงการ อันได้แก่ (1) โครงการพัฒนาบุคลากรแฟชั่นในงบประมาณ 265.5 ล้านบาท (โครงการนี้ ภาคเอกชนได้สมทบอีก 77.1 ล้านบาท) โดยฝ่ายเอกชนเสนอพื้นที่ 4,000 ตารางเมตร ของสยามสแควร์เป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้ (2) โครงการศูนย์คลังสตอร์ แฟชั่นเทรนด์ของโลก ด้วยงบประมาณ 49.94 ล้านบาท (ภาคเอกชนสมทบอีก 9.9 ล้านบาท) (3) โครงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม พลอย-อัญมณี โดยมีงบค่าใช้จ่าย 99.79 ล้านบาท (ภาคเอกชนให้สมทบอีก 99.99 ล้านบาท) สำหรับโครงการย่อยที่เหลืออีก 8 โครงการ จะพิจารณาใหม่หลังปรับเนื้อหาโครงการใหม่อีกครั้ง

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โครงการ (ย่อย) เรื่องการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรองเท้า-เครื่องหนัง มีปัญหาหลายประการ โครงการ (ย่อย) นี้มีงบประมาณสนับสนุนของรัฐเป็น 154.86 ล้านบาท (ภาคเอกชนให้สมทบอีก 31.4 ล้านบาท) สาเหตุที่โครงการย่อยนี้ไม่ผ่านจากการพิจารณาของนายกฯ เนื่องจากการแบ่งเป็นโครงการรองเท้าและเครื่องหนัง ทำให้ไม่ทราบผู้รับผิดชอบที่แท้จริง ดังนั้นนายกฯ จึงร้องขอให้สร้างโครงการที่รวม รองเท้าและเครื่องหนังเข้าเป็นหนึ่งเดียว นอกจากนี้ยังขอให้นำการฟอกหนังเข้าเป็นส่วนหนึ่งของโครงการด้วย

สำหรับโครงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมรองเท้า-เครื่องหนัง นายกฯ ทักษิณ ได้เรียกร้องให้สถาบันพัฒนาสิ่งทอ เป็นแกนกลางดำเนินการ ด้วยงบประมาณค่าใช้จ่าย 184.075 ล้านบาท (ภาคเอกชนให้สมทบอีก 37.40 ล้านบาท) โดยให้เอกชน ราชการ อีกทั้งสถาบันพัฒนาสิ่งทอร่วมมือกันปรึกษาหารือในรายละเอียด แล้วนำเสนอ นายกฯ ทักษิณ อีกครั้ง

นายกฯ ทักษิณ ยังได้อนุมัติโดยหลักการต่อโครงการดังต่อไปนี้ โครงการนิทรรศการ ด้วยงบ 350 ล้านบาท โครงการสร้างสรรค์แฟชั่นเทรนด์ด้วยงบ 92.32 ล้านบาท โครงการประกวดแฟชั่นดีไซน์เนอร์นานาชาติด้วยงบ 79.50 บาท สำหรับโครงการขนานตลาดเป้าหมาย (18.58 ล้านบาท) โครงการรวบรวมผลงานแฟชั่นของดีไซเนอร์ไทย (60 ล้านบาท) โครงการสร้างภาพพจน์ของกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น (141 ล้านบาท) ทั้งหมดนี้ นายกฯ ทักษิณ ได้อนุมัติโดยหลักการ แต่เนื่องจากรายละเอียดของโครงการไม่ชัดเจนเท่าที่ควร จึงมอบหมายให้ร่างโครงการให้ละเอียดยิ่งขึ้น ดังนั้นใน 8 โครงการที่มี

ปัญหานั้น มีแต่โครงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอ-เสื้อผ้า เท่านั้นที่ผ่านการพิจารณา โครงการที่เหลือต้องร่างโครงการอีกครั้งให้มีรายละเอียดมากขึ้น เช่น โครงการสร้างภาพพจน์ของแฟชั่นไทยนั้นเป็นที่เห็นด้วยอย่างมาก แต่แผนที่ร่างมามีจุดอ่อนอยู่หลายประเด็น ทำให้ทั้งเอกชนและรัฐบาลได้ร่วมประชุมปรึกษาหารืออย่างรีบเร่ง เพื่อให้ทันต่อกำหนดวันเริ่มโครงการ

ดังนั้น ในที่สุดโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น ได้รับการเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีเมื่อกรกฎาคม 2003 หลังจากนั้น โครงการ 11 โครงการนั้นก็มีการเซ็นสัญญาดำเนินการในปี 2004 โดยที่กุมภาพันธ์ 2004 ได้มีพิธีเปิดโครงการที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา

## 2. รายละเอียดของโครงการ

วิสัยทัศน์หรือวัตถุประสงค์ของโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น แบ่งเป็นระยะสั้นกับระยะยาว ระยะสั้นนั้น คือ การทำให้ไทยกลายเป็น Hub ของธุรกิจแฟชั่น เพื่อเป็นผู้นำของแฟชั่นภูมิภาคภายในปี 2005 ระยะยาว การทำให้ไทย (กรุงเทพฯ) เป็นส่วนหนึ่งของศูนย์แฟชั่นของโลก ภายในปี 2012 การทำให้กรุงเทพฯ เป็นเมืองแฟชั่นมี 3 มิติ ได้แก่ “การสร้างบุคลากร” “การสร้างธุรกิจ” และ “การสร้างเมือง” ทั้ง 3 มิตินี้จะต้องดำเนินการพร้อมกันและต้องประสานกัน

“การสร้างบุคลากร” ถือเป็นการพัฒนาทรัพยากรบุคคลด้าน แฟชั่น ได้แก่ การสร้างและพัฒนาดีไซน์เนอร์ เพื่อสร้างดีไซน์เนอร์ที่มีชื่อเสียงระดับโลก พัฒนานักธุรกิจด้านแฟชั่น รวมทั้งพัฒนานักโรงงานผู้ผลิตในอุตสาหกรรมแฟชั่น

“การสร้างธุรกิจ” คือการพัฒนากิจการด้านแฟชั่น และสร้างความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจ เหล่านี้ นอกจากนี้ต้องทำให้กรุงเทพฯ เป็นศูนย์รวมข้อมูลเทรนด์ของแฟชั่น ทั้งนี้เพื่อยกระดับและพัฒนาขีดความสามารถของกิจการแฟชั่น และเชื่อมโยงกิจการต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำเข้าด้วยกัน เพื่อเพิ่มพูนมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าแฟชั่นของไทย เพื่อพัฒนาให้ไทยกลายเป็นผู้นำด้านแฟชั่นในระยะยาว

“การสร้างเมือง” คือ การสร้างภาพพจน์ว่ากรุงเทพฯ เป็นเมืองแฟชั่น เช่น การสร้างแฟชั่นโชว์, เวทีซอ, โรดโชว์ระดับโลก รวมทั้งโชว์ผลงานของดีไซน์เนอร์ของไทย อีกทั้งจัดการประกวดดีไซน์เนอร์ระดับโลก และเข้าสู่วงการห้างสรรพสินค้าระดับโลก และทำการโฆษณาอย่างต่อเนื่อง

3 มิติที่กล่าวมานี้ ได้กระจายเป็น 3 โครงการ ซึ่งในแต่ละโครงการจะมีการจัดสรรงบประมาณของรัฐและงบประมาณของเอกชนดังที่อยู่ในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การจัดสรรงบประมาณของโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น

| โครงการย่อย                                                                  | งบจากรัฐ<br>(ล้านบาท) | งบจากเอกชน<br>(ล้านบาท) |
|------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------------------------|
| <b>สร้างบุคลากร</b>                                                          |                       |                         |
| 1. โครงการพัฒนาบุคลากรแฟชั่น                                                 | 265                   | 77.1                    |
| <b>สร้างธุรกิจ</b>                                                           |                       |                         |
| 2. โครงการศูนย์รวบรวมเทรนด์แฟชั่นของโลก                                      | 49.94                 | 9.988                   |
| 3. โครงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของ<br>อุตสาหกรรมสิ่งทอ-เสื้อผ้า     | 184.075               | 37.415                  |
| 4. โครงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของ<br>อุตสาหกรรมรองเท้า-เครื่องหนัง | 154.86                | 31.472                  |
| 5. โครงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของ<br>อุตสาหกรรม พลอย-อัญมณี        | 99.79                 | 99.999999               |
| <b>สร้างเมือง</b>                                                            |                       |                         |
| 6. โครงการนิทรรศการตัวอย่างสินค้า-Bangkok Fashion Week                       | 350                   | 70                      |
| 7. โครงการสร้างเทรนด์แฟชั่น                                                  | 92.32                 | 18.646                  |
| 8. โครงการแข่งขันดีไซน์แฟชั่นนานาชาติ                                        | 79.5                  | 15.90                   |
| 9. โครงการพัฒนาตลาดเป้าหมาย                                                  | 185.85                | 87                      |
| 10. โครงการรวบรวมผลงานแฟชั่นของดีไซเนอร์คนไทย                                | 60                    | 12                      |
| 11. โครงการสร้างภาพพจน์กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น                                  | 141                   | 28.2                    |
| สำนักงานกลางบริหารโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น                                | 161.8                 | -                       |
| <b>รวม</b>                                                                   | <b>1,824.639</b>      | <b>487.539999</b>       |

- (1) มิติ “สร้างคน” มีโครงการ 1 โครงการ คือ โครงการสร้างบุคลากรแฟชั่น (Fashion School) เพื่อสร้างบุคลากรที่ตอบสนองต่อความต้องการของอุตสาหกรรมและตลาด ถ้าสามารถสร้างคุณภาพและศักยภาพของบุคลากรได้ตามแผน กรุงเทพฯ จะสามารถกลายเป็นแฟชั่น Hub จนกระทั่งสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าแฟชั่นได้ และจะทำให้เกิดศักยภาพด้านบุคลากรแก่ไทย จุดมุ่งหมายของโครงการย่อยนี้ คือ สร้างบุคลากรทางด้าน ดีไซน์, บริหาร, การตลาดแฟชั่น และการผลิตสินค้าแฟชั่นระยะเวลาในการพัฒนาบุคลากรคือ 18 เดือน โดยมีแผนพัฒนาบุคคล 3 สาขา รวมเป็น 600 คน

## (2) มิติ “สร้างธุรกิจ” มี 4 โครงการ

1. โครงการอันดับ 2 คือ โครงการรวบรวมแฟชั่นเทรนด์ทั่วโลก (Fashion Trend Center) โครงการนี้มีจุดประสงค์ของการรวบรวมข้อมูลธุรกิจแฟชั่น เทรนด์แฟชั่นของโลก รวมทั้งข้อมูลเกี่ยวกับวิจัย และพัฒนางานแฟชั่น เพื่อนำเสนอแก่บรรดาบุคลากรที่อยู่ในอุตสาหกรรมแฟชั่น การนำเสนอข้อมูลที่มีค่าให้แก่บุคลากรเกี่ยวข้องเช่นนี้ จะสามารถช่วยการวิเคราะห์ สถานภาพปัจจุบันได้มาก จะทำให้สามารถพัฒนางานแฟชั่นของไทยให้เป็นผู้นำแฟชั่นได้ในระยะยาวจากการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีการปฏิรูปเปลี่ยนแปลง โดยโครงการที่กล่าวมานี้เป้าหมายของโครงการนี้ คือ การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลที่มีข้อมูลล่าสุด และสมบูรณ์ที่สุด เพื่อสนองต่อความต้องการของกิจการแฟชั่น ซึ่งจะกลายเป็นฐานข้อมูลของการศึกษาแฟชั่น เพื่อรับทราบหรือค้นหาทิศทางของธุรกิจแฟชั่น
2. โครงการอันดับ 3 คือ โครงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอ-เสื้อผ้า ซึ่งมีเป้าหมายเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันโดยการเชื่อมโยงกิจการหรือองค์กรต่าง ๆ ภายในอุตสาหกรรมนี้ให้พัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง โครงการนี้จะเป้าหมาย พัฒนา กระบวนการผลิตและการบริหารของอุตสาหกรรมสิ่งทอ-เสื้อผ้า ของไทย อีกทั้งสร้างโครงข่ายภายในอุตสาหกรรม โดยเชื่อมต่อสายการผลิตภายในโรงงานอย่างเป็นระบบโดยใช้เทคโนโลยีล่าสุด
3. โครงการอันดับ 4 คือ โครงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมรองเท้า-เครื่องหนัง เป็นโครงการที่มีวัตถุประสงค์ เพิ่มมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์ โดยการทำให้ผู้รับช่วงการผลิตอุตสาหกรรมนี้ยกระดับไปสู่การดีไซน์เอง และสร้างแบรนด์ของตนเอง ทำให้กิจการเหล่านั้นพัฒนาคุณภาพและปริมาณการผลิตขึ้นโดยใช้แบรนด์ตนเอง นอกจากนี้ โครงการนี้มีวัตถุประสงค์ให้ปรึกษาเรื่องดีไซน์ของชิ้นส่วนหรือวัตถุดิบ รวมทั้งดีไซน์ทางด้านผลิตภัณฑ์แก่ผู้ประกอบการรองเท้า-เครื่องหนัง โดยตั้งเป้าหมายที่ 240 แบรนด์
4. โครงการอันดับ 5 คือ โครงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมพลอย-อัญมณี เป็นโครงการที่มีวัตถุประสงค์ยกระดับความรู้และความสามารถของช่างเพื่อยกระดับการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีที่สูงขึ้น เพื่อยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์พลอย-อัญมณีไทยเข้าสู่มาตรฐานโลกโดยสร้างตัวตนของไทยในระดับโลก

## (3) มิติ “สร้างเมือง” มีโครงการย่อย 6 โครงการ

1. โครงการที่ 6 คือ โครงการจัดแฟชั่นโชว์กรุงเทพฯ เพื่อยกระดับภาพพจน์แฟชั่นของไทยในระดับโลกให้ถึงระดับเป็นผู้นำในภูมิภาค ในขณะเดียวกันยกระดับมาตรฐานสินค้าแฟชั่นของไทยให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพหรือการดีไซน์



เป้าหมายของโครงการขอย่นนี้คือ การเปิดแฟชั่นโชว์ระดับโลกในประเทศไทย เพื่อยกระดับประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางแฟชั่นของภูมิภาค

2. โครงการที่ 7 คือ โครงการสร้างแฟชั่นเทรนด์ (Fashion Workshop: Trend Setting) โดยมีวัตถุประสงค์ให้ดีไซน์เนอร์ไทยรวมทั้งผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่นได้ศึกษาเทรนด์และทิศทางของแฟชั่นจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์แฟชั่นไทยเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค เพื่อให้เป็นผู้นำกำหนดเทรนด์หรือความนิยมในภูมิภาค ซึ่งเป้าหมายคือ การสร้างเทรนด์หรือความนิยมในแฟชั่นโดยดีไซน์เนอร์และผู้ประกอบการของไทย เพื่อกระตุ้นให้ผลิตภัณฑ์แฟชั่นไทยอยู่ระดับแนวหน้า จนกระทั่งเป็นผู้กำหนดเทรนด์ของแฟชั่นในภูมิภาค
3. โครงการที่ 8 คือ โครงการประกวดแฟชั่นดีไซน์นานาชาติ (Fashion Contest) เพื่อค้นหาและพัฒนาแฟชั่นดีไซน์เนอร์ให้มีผลงานสู่ระดับโลก ทั้งนี้ทั้งนั้นเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีเลิศของอุตสาหกรรมแฟชั่นไทย ทั้งนี้ ทั้งนั้นเพื่อยกระดับการยอมรับของสื่อสารมวลชนหรือคนต่างชาติ เพื่อให้ได้ซึ่งความไว้วางใจต่อศักยภาพของแฟชั่นไทย
4. โครงการที่ 9 คือโครงการพัฒนาตลาดเป้าหมาย (Fashion Road Show) เพื่อให้สินค้าแฟชั่นของไทยส่งไปถึงผู้บริโภคโดยตรงเพื่อลดอุปสรรคทางการตลาดในต่างประเทศของแฟชั่นไทย และเพื่อสร้างภาพพจน์แฟชั่นไทย ในภูมิภาคนี้ของไทยให้ขยายไปทั่วโลก และเพื่อยึดครองตลาดแฟชั่นในประเทศเป้าหมายรวมทั้งหมู่ประเทศเอเชีย โดยเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง โดยสร้างช่องทางตลาดของแฟชั่นด้วยแบรนด์ของไทยเอง
5. โครงการที่ 10 คือโครงการ รวบรวมผลงานแฟชั่นของดีไซน์เนอร์ไทย (Top Fashion Report) วัตถุประสงค์ของโครงการคือ เป็นสื่อที่ชี้เทรนด์ แฟชั่นของผู้ผลิตที่มีแบรนด์อยู่ เพื่อให้ทั้งผู้ผลิตหรือผู้ขายเอง จนกระทั่งผู้ซื้อในวงการธุรกิจแฟชั่นทั้งหมดทั้งในและต่างประเทศ ได้ทราบเทรนด์และอื่น ๆ ของแฟชั่นไทย เป้าหมายของโครงการคือทำให้ผลงานสินค้าแฟชั่นไทยไม่ว่าโดยมืออาชีพหรือมือสมัครเล่นได้กระจายตัวออกไปให้ผู้เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศได้รับรู้ เพื่อให้ไทยกลายเป็นแฟชั่น Hub ของภูมิภาค
6. โครงการที่ 11 คือ โครงการสร้างภาพพจน์กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น (Bangkok Fashion City Promotion) ทำให้กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดได้รับรู้ว่ากรุงเทพฯ เป็นเมืองแฟชั่น เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีของอุตสาหกรรมแฟชั่นไทย วัตถุประสงค์ของโครงการคือการกระตุ้นการบริโภคสินค้าแฟชั่นในประเทศเพื่อขยายการส่งออกสินค้าแฟชั่น และเพื่อรักษาลาดเดิมที่มีอยู่

- (4) สำหรับสำนักงานกลางบริหารโครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น ประกอบด้วยคณะกรรมการกำกับดูแลซึ่งมี รัฐมนตรีกระทรวงอุตสาหกรรม เป็นประธาน คณะกรรมการดำเนินการ สำนักงานแผน และทีมที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการดำเนินการคือ ร.ม.ต.ช่วยกระทรวงอุตสาหกรรม เป็นประธาน ในช่วงแรกคือ พันเลิศ ไบหยก ปัจจุบันคือ จักรกมล ผาสุกวานิช สำหรับสำนักงานแผน มีหน้าที่กำกับโครงการและจัดหาที่ปรึกษาของ 11 โครงการ โดยมีทีมงานซึ่งมี ที่ปรึกษาชาวต่างชาติร่วมอยู่ด้วย งบประมาณของสำนักงานคือ 160 ล้านบาท. สำหรับการดำเนินงานโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่นเป็นไป ดังรูปที่ 1

### รูปที่ 1 องค์การดำเนินการโครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น

#### 1. คณะกรรมการกำกับดูแล (Steering Committee)

- แต่งตั้งโดย นายกรัฐมนตรี
- องค์ประกอบของคณะกรรมการ บริหารแผน  
ประธาน คือ ร.ม.ต.กระทรวงอุตสาหกรรม ตัวแทนจากหน่วยงานราชการ, ตัวแทนจากองค์กรเอกชน, ผู้ทรงคุณวุฒิ จากวงการแฟชั่น
- อำนาจและหน้าที่  
กำกับดูแล นโยบาย, เป้าหมาย, ทิศทาง, จัดทำแผนดำเนินการ, กำกับการดำเนินตามแผน

#### 2. คณะกรรมการดำเนินการ (Executive Committee) โครงการ กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น

- แต่งตั้งโดย ร.ม.ต. กระทรวงอุตสาหกรรม
- องค์ประกอบของคณะกรรมการดำเนินการ  
ผู้ช่วย ร.ม.ต. กระทรวงอุตสาหกรรม (ปัจจุบันคือ จักรกมล ผาสุกวานิช) เป็นประธาน มีตัวแทนจาก 3 สาขาอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง, ตัวแทนขององค์กรวิจัยอิสระ หรือผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้อง กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจากกระทรวงอุตสาหกรรม, สำนักเศรษฐกิจอุตสาหกรรมจาก กระทรวงอุตสาหกรรม, หัวหน้าฝ่ายสำนักงานของคณะกรรมการดำเนินการ กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น คือ อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
- อำนาจและหน้าที่  
ทำการวางแผนดำเนินการ, คัดเลือกทีมที่ปรึกษา, กำกับดูแลงาน, แต่งตั้ง “คณะกรรมการกำกับดูแลและประเมินผลงาน” ติดตามและประเมินผลงานตามโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น

3. สำนักงานโครงการ กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น

- กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นผู้แต่งตั้ง เจ้าหน้าที่สำนักงาน ขึ้นต่อ ร.ม.ค. กระทรวงอุตสาหกรรม
- องค์กรของสำนักงานประกอบด้วย

3.1 ฝ่ายธุรการ

ทำงานธุรการของ คณะกรรมการ 2 คณะ ลักษณะงานมีทั้งธุรการทั่วไป, ติดต่อหน่วยราชการ, การเงิน-บัญชี-งบประมาณ

3.2 ฝ่ายดำเนินการ

ทำงานตามแผนงานในการประสานงานระหว่างฝ่ายรัฐบาลและฝ่ายเอกชน ให้มีการดำเนินงานตามแผน-งบประมาณ นอกจากนี้ ยังทำการจัดจ้าง ที่ปรึกษาควบคุม ดูแลงานของที่ปรึกษาเพื่อรายงานต่อคณะกรรมการ 2 ชุด

4. ทีมที่ปรึกษา

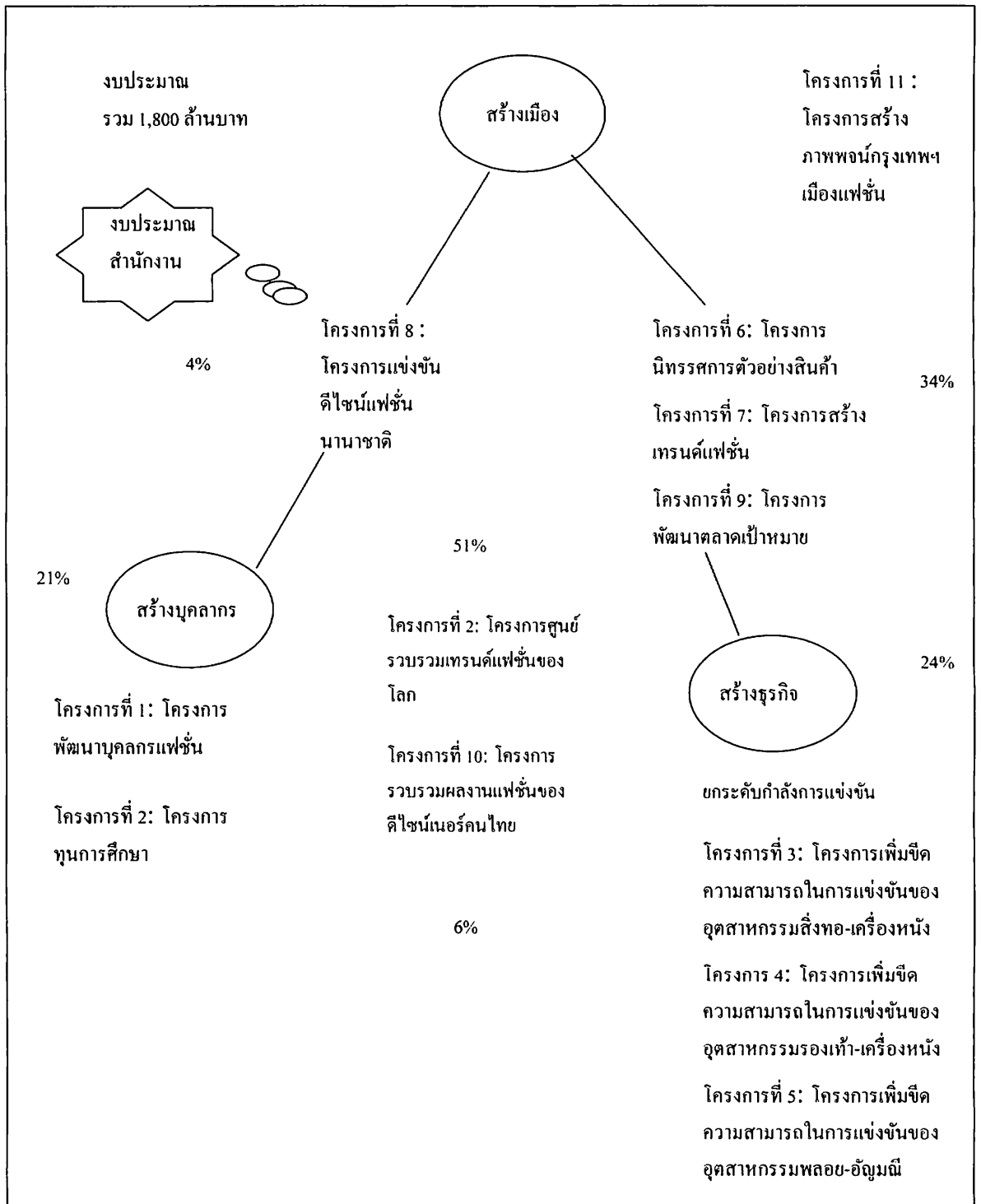
โครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น มีการจัดจ้างที่ปรึกษา 2 กลุ่ม ซึ่งเป็นผู้มีความรู้, ความสามารถและมีประสบการณ์ใน 3 สาขาของธุรกิจแฟชั่น

4.1 ทีมที่ปรึกษาที่บริหารโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น ทำการ ชี้แนะ, กำกับดูแลและบริหารโครงการ ตามเป้าหมายของโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น

4.2 ทีมที่ปรึกษา ที่ทำการดำเนินการ 11 โครงการ

งบประมาณทั้งสิ้นที่ใช้ในโครงการคือ 1,810.26 ล้านบาท ในจำนวนนี้ ค่าใช้จ่ายใน 11 โครงการ ย่อยคือ 1,648.46 ล้านบาท ที่เหลือ 161.80 ล้านบาท เป็นค่าใช้จ่ายสำนักงาน (เลขานุการ) อาจกล่าวได้ว่างบประมาณ 1,800 ล้านบาท ถูกใช้ในเรื่อง “สร้างคน” , “สร้างธุรกิจ” , “สร้างเมือง” และสำนักงาน (เลขานุการ) ในที่นี้ ที่ใช้ในเรื่อง “สร้างคน” คือ 21 % ใช้ในเรื่อง “สร้างธุรกิจ” คือ 24 % ซึ่งโครงการอันดับ 2 (โครงการศูนย์รวบรวมเทรนด์แฟชั่นของโลก) โครงการอันดับที่ 10 (โครงการรวบรวมของผลงานแฟชั่นของดีไซเนอร์คนไทย) รวมเป็นงบประมาณ 51 % สำหรับโครงการ “สร้างเมือง” โดยตรงเป็น 3 % ซึ่งโครงการที่เกี่ยวข้องกับ “สร้างเมือง” ได้แก่ โครงการที่ 6 “โครงการนิทรรศการ ตัวอย่างสินค้า Bangkok Fashion Week” โครงการที่ 7 “โครงการสร้างเทรนด์แฟชั่น” โครงการที่ 9 “โครงการพัฒนาตลาดเป้าหมาย” โครงการที่ 8 “โครงการแข่งขันดีไซเนอร์แฟชั่นนานาชาติ” รวมเป็น 46 % สัดส่วนของงบประมาณทั้งสิ้น เป็นไปตาม รูปที่ 2

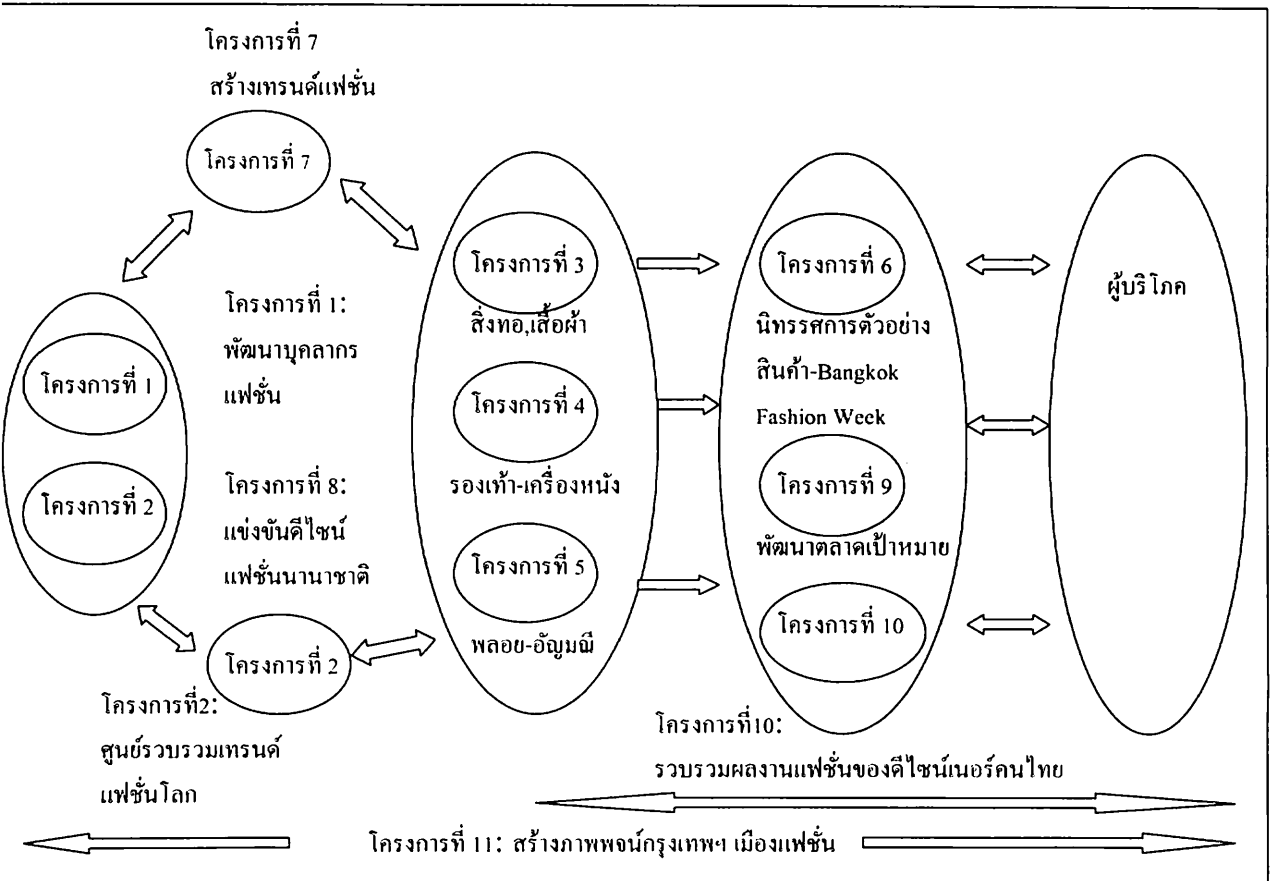
รูปที่ 2 การจัดสรรงบประมาณในโครงการ กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น



โครงการทั้งหมด 11 โครงการนี้ มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ดังต่อไปนี้

โครงการที่ 1 (พัฒนาบุคลากรแฟชั่น) และโครงการที่ 8 (แข่งขันดีไซน์แฟชั่นนานาชาติ) เป็นพื้นฐาน จากพื้นฐานนี้ เมื่อนำโครงการที่ 7 (สร้างเทรนด์แฟชั่น) และโครงการที่ 2 (ศูนย์รวบรวมเทรนด์แฟชั่นของโลก) มาประกอบด้วย ก็จะทำให้สามารถนำโครงการเพิ่มระดับกำลังการแข่งขันของอุตสาหกรรมแฟชั่น (โครงการที่ 3, โครงการที่ 4, โครงการที่ 5 - เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอ-เสื้อผ้า, รองเท้า-เครื่องหนัง, พลอย-อัญมณี) มาปฏิบัติในความเป็นจริงได้ จากการพัฒนาขีดความสามารถนี้ ทำให้เกิดความเป็นไปได้ใน การบริหาร โครงการที่ 6, โครงการ 9 และโครงการที่ 10 (นิทรรศการตัวอย่าง สินค้า - Bangkok Fashion week, พัฒนาตลาดเป้าหมายและรวบรวมผลงานแฟชั่น ของดีไซน์เนอร์คนไทย) ทำให้สามารถนำขีดความสามารถมาเชื่อมต่อกับผู้บริโภคหรือตลาดได้สำเร็จ กล่าวคือ โครงการเพิ่มขีดความสามารถของอุตสาหกรรมแฟชั่น อันได้แก่ สิ่งทอ-เสื้อผ้า, รองเท้า-เครื่องหนัง, พลอย-อัญมณี, มาเสริมกับโครงการสร้างบุคลากรและโครงการสร้างเมือง จะได้ผลลัพธ์ เป็นโครงการ กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น ซึ่งเขียนเป็นแผนภาพจะได้ดังรูปที่ 3

รูปที่ 3 ความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันระหว่างโครงการย่อยทั้ง 11



อาจกล่าวได้ว่า โครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น คือ การนำอุตสาหกรรมสิ่งทอ-เสื้อผ้า มาเป็นแกนกลาง ผนวกโรงเห้-เครื่องหนัง, พลอย-อัญมณี, มากลายเป็นอุตสาหกรรมแฟชั่น แล้วเชื่อมต่อ โครงการย่อยต่างๆ ทั้งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือระหว่าง อุตสาหกรรม เพื่อเล็งตลาดส่งออก ซึ่งจะสำเร็จได้ ก็ด้วยการพัฒนาบุคลากร รวมทั้ง สร้างแบรนด์ขึ้น ซึ่งการสร้างแบรนด์ขึ้น จำเป็นต้องสร้างภาพพจน์ให้กรุงเทพฯ กลายเป็นศูนย์กลางเมืองแฟชั่น ซึ่งโครงการย่อย 6 โครงการ ก็เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์นี้

หนึ่ง โครงการย่อย 11 โครงการก็มีใช้เป็นการปฏิบัติ โดยรัฐบาลเท่านั้น แต่เป็นการมุ่งหวัง ความสามารถในการสร้างสรรค์ของเอกชน โดยให้เอกชนจัดการโครงการอย่างเป็นอิสระได้ ซึ่งนี่ คือ จุดเด่นของแผนการและโครงการเหล่านี้ ดังนั้น จะเห็นได้ว่า มีการให้อำนาจ แก่ สำนักงานกลาง ทำการตรวจตราและตัดสินใจ รวมทั้งติดตามประเมินผลโครงการ ซึ่งต่อไป จะกล่าวถึงรายละเอียด การมอบหมายเอกชนและการดำเนินการของโครงการเหล่านี้

### 3. การดำเนินการของโครงการ

โครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น แบ่งเป็น 11 โครงการ ซึ่งมอบให้เอกชนเป็นผู้ดำเนินการ ในการนี้ ตอนเริ่มโครงการมีการดำเนินการดังนี้

- ในวันที่ 24 ก.ค. 2003 นายทศ ทักษิณ ได้เป็นประธาน การสัมมนาโดยมี รองนายกฯ สมคิด , ร.ม.ต. กระทรวงอุตสาหกรรม สมศักดิ์ และผู้เกี่ยวข้องวงการบริหาร วมถึง ผู้แทนจากภาคเอกชน รวมเป็นกว่า 200 คน เข้าร่วมการสัมมนา
- มีการจัดตั้ง Website ของโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น คือ [www.bangkokfashioncity.com](http://www.bangkokfashioncity.com)
- มีการพิมพ์นิตยสาร “Bangkok Fashion city” (เริ่ม ม.ค. 2004)
- มีการเปิดแข่งขันประกวดสัญลักษณ์ของโครงการ
- มีการฉลองปีใหม่ที่สนาม สุกพชราลัย “2004, พี่น้องไทย สวัสดิ์ปีใหม่ ทั่วโลก”
- มีการโฆษณา หน้าเดิม “Bangkok Fashion City : Asia's Newest Fashion Hub” (ฉบับ 19 ม.ค. 2004)

ในการเปิดตัวโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น ได้มีการใช้ 2 โอกาสดังต่อไปนี้

#### (1) แนะนำโครงการ ในโอกาสการประชุม APEC ดังต่อไปนี้

- 20 ต.ค. 2003 มีการแสดงแฟชั่น โชว์ค่อหน้า ภิธาบรรดาผู้นำประเทศต่าง ๆ ที่มาประชุม APEC จาก 21 ภูมิภาค
- ในทุก ๆ วันเสาร์และวันอาทิตย์ นับตั้งแต่ 15 ต.ค. 2003 จนถึง 31 ม.ค. 2004 การแสดงแฟชั่นโชว์ และนิทรรศการสินค้าแฟชั่นไทย ที่สนามบินดอนเมือง

- ในเวลา 14.00-15.30 15 ต.ค. 2003 มี VIP ขึ้นเครื่องบินไปภูเก็ต ซึ่งในเครื่องบินจัด OTOF in Flight คือจัดนิทรรศการสินค้าในเครื่องบิน

(2) เปิดโครงการอย่างเป็นทางการโดย 2 รายการ ดังต่อไปนี้

- 12 ก.พ. 2004 ตั้งแต่ 18.30 น. เป็นต้นไป มีการเปิดงาน Bangkok Fashion City Grand Opening : Silk Road on the River of Kings มีดีไซน์เนอร์ ระดับโลก สื่อมวลชน , คณะทูตานุทูต , นักประกอบการองค์กรแฟชั่น มารวมกัน ชมแฟชั่นโชว์ที่จัดที่ ริมน้ำเจ้าพระยา หลังจากขบวนพยุหยาตราที่แสดงในโอกาส APEC ที่ผ่านไปแล้ว บริเวณเดียวกัน มีการจัดชมวิวัฒนาการแฟชั่นที่แลเห็นวัดพระแก้วและพระบรมมหาราชวัง ซึ่งเป็นภาพที่งดงามยิ่งโดยมีการจัด Catwalk ขึ้น ซึ่งลาน Catwalk ได้ยื่นเข้าสู่แม่น้ำเจ้าพระยา เป็นที่งดงามจับตา
- 15 กุมภาพันธ์ 2000 (อาทิตย์) มีการจัดงาน Bangkok Fashion City Extravaganza 2004 ฝ่ายเอกชนโดย Siam Discovery Group ได้ร่วมมือในโครงการนี้โดยร่วมจัดสร้างถนนสุขุมวิทให้เป็นถนนแฟชั่นที่น่าประทับใจ มีการจัดพาเหรดเคลื่อนที่อีกทั้งมีการจัดแสดงสินค้าแบรนด์เนมจำนวนมาก โดยมีโมเดลที่มีชื่อเสียงกว่า 400 คน มาร่วมแสดง ขบวนพาเหรดแฟชั่นนั้นมีความยาวของขบวนมากกว่า 1 กิโลเมตร การจัดโชว์เริ่มจากสี่แยกประตูน้ำ ผ่านตรงไปสู่ The Emporium บนถนนสุขุมวิท จบที่สวนเบญจสิริ

จากการเปิดโครงการเช่นนี้ 11 โครงการย่อยก็ได้เริ่มขึ้นโดยฝ่ายวางแผนของสำนักงานกลางจุดเด่นที่สุดของโครงการคือ มิได้ดำเนินการโดยฝ่ายรัฐเท่านั้น แต่เอกชนมีส่วนในการดำเนินการด้วยในหลายโครงการดังนี้

โครงการที่ 1 (พัฒนาศูนย์การค้าแฟชั่น) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โครงการที่ 2 (ศูนย์รวบรวมเทรนด์แฟชั่นของโลก) บริษัท พิมพลัส PR

โครงการที่ 3 (เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอ-เสื้อผ้า) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตธนบุรี

โครงการที่ 4 (เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม รองเท้า-เครื่องหนัง) ภาควิชาอุตสาหกรรมรองเท้า โดย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า วิทยาเขตธนบุรี

ภาควิชาอุตสาหกรรมเครื่องหนัง โดย สถาบันเทคโนโลยี

พระจอมเกล้าวิทยาเขตพระนครเหนือ

โครงการที่ 5 (เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม พลอย-อัญมณี) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

โครงการที่ 6 (นิทรรศการตัวอย่างสินค้า Bangkok Fashion Week)

## บริษัท AV Project

โครงการที่ 9 (พัฒนาตลาดเป้าหมาย) บริษัท JSL

โครงการที่ 10 (รวบรวมผลงานแฟชั่นของดีไซเนอร์คนไทย) บริษัท TTIS

โครงการที่ 11 (สร้างภาพพจน์กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น) สร้าง Web site และ

โฆษณาผ่าน website โดยบริษัท Netcom Professional ทำการ

โฆษณาเพื่อสร้างภาพพจน์ โดย บริษัท เด็นจิ (ประเทศไทย)

9 โครงการนี้ใช้งบประมาณที่อนุมัติแล้วเมื่อ 31 ธันวาคม 2005 เป็นเงินทั้งสิ้น 567.60 ล้านบาท (รวมค่าบริหารของสำนักงานกลาง 25.08 ล้านบาท) สำหรับโครงการที่ 7 (สร้างเทรนด์แฟชั่น) และโครงการที่ 8 (แข่งขันดีไซเนอร์แฟชั่นนานาชาติ) ต้องยกเลิกไปเพราะไม่สามารถทำสัญญาได้ทันกำหนดเวลา สิงหาคม 2005

โครงการทั้ง 9 ที่มีการเซ็นสัญญามอบหมายดำเนินการจะใช้เอกสารที่ 5 และใช้ข้อมูลจากโฮมเพจเพื่อสรุปเป็นรายละเอียดดังต่อไปนี้

**I โครงการที่ 1** คือ การจัดตั้งศูนย์พัฒนาบุคลากรแฟชั่น (โรงเรียนแฟชั่น) โครงการแยกเป็น 3 สาขาวิชา ได้แก่ แฟชั่นดีไซน์ (Fashion Design) การตลาดสินค้าแฟชั่น (Fashion Merchandizing Management) และเทคโนโลยีและการบริหารแฟชั่น (Fashion Technology & Management) มีการพัฒนาหลักสูตรต่าง ๆ นานา หลักสูตรระยะสั้น (ภายใน 6 เดือน) มีอยู่ 15 หลักสูตร หลักสูตรระยะยาว (มากกว่า 6 เดือน) มีอยู่มากกว่า 3 หลักสูตร ทั้งหลักสูตรระยะสั้น-ระยะยาว ทั้ง 3 สาขาวิชาดังกล่าวข้างต้น มีผู้รับการอบรม รวมทั้งสิ้น 600 คน เมื่อพิจารณาความก้าวหน้าของโครงการ จะพบว่าที่ชั้น 20 ของ Siam Discovery เป็นที่ตั้งของสถาบันแฟชั่นนานาชาติกรุงเทพ (Bangkok International Fashion Academy : BIFA) ซึ่งเป็นศูนย์ฝึกอบรมบุคลากรแฟชั่นมีผลการดำเนินการดังต่อไปนี้

(1) หลักสูตรระยะยาว : หลักสูตรปริญญาตรี สาขาธุรกิจแฟชั่น (Graduate Diploma in Fashion Business) ใน 3 สาขาวิชา มีการร่วมกันพัฒนาหลักสูตรโดย Fashion Institute of Technology (FIT) ของ New York และ Institute Francais de la Mode (IFM)

1) หลักสูตรแฟชั่นดีไซน์ (Fashion Design) : ผู้ลงทะเบียน 13 คน

2) หลักสูตรการตลาดแฟชั่น (Fashion Merchandizing) : ผู้ลงทะเบียน 16 คน

3) หลักสูตรเทคโนโลยีและการบริหารแฟชั่น (Fashion Technology & Management) : ผู้ลงทะเบียน 18 คน

(2) หลักสูตรระยะยาว (เพิ่มเติม)

1) หลักสูตรธุรกิจดีไซน์ เครื่องหนัง (Leather Design & Business) มีการชั้นนำและร่วมมือร่างหลักสูตร โดยสถาบัน POLIMODA ของอิตาลี มีผู้ลงทะเบียน 12 คน

2) หลักสูตรธุรกิจดีไซน์อัญมณี (Jewelry Design & Business) มีการชั้นนำและร่วมมือสร้างหลักสูตร โดย University of Central England มีผู้ลงทะเบียน 12 คน



(3) หลักฐตวรรษะชั้น : โดยผู้รับผิตชอบร่วมมือกับสถาบันแฟชั่นต่างประเทศทำการพัฒนาหลักฐต ปรากฎา่ภายใต้หลักฐต 16 หลักฐต มีผู้ลงทะเบียน 1,312 คน ตามรายละเอียดตารางที่ 3 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 หลักฐตวรรษะชั้นและจำนวนผู้ลงทะเบียน

| ลำดับ | หัวข้อหลักฐตวรรษะชั้น                                     | ชื่อสาขาวิชา             | จำนวนผู้ลงทะเบียน |
|-------|-----------------------------------------------------------|--------------------------|-------------------|
| 1     | แฟชั่นดีไซน์ (ชั้นสูง)                                    | แฟชั่นดีไซน์             | 99                |
| 2     | แฟชั่นเทรนด์ของอัญมณีและการออกแบบการตกแต่ง                | แฟชั่นดีไซน์             | 118               |
| 3     | การดีไซน์สิ่งทอแบบใหม่                                    | แฟชั่นดีไซน์             | 49                |
| 4     | การดีไซน์เว็บเพจสำหรับแฟชั่น                              | เทคโนโลยี & บริหารแฟชั่น | 29                |
| 5     | CAD/CAM สำหรับการดีไซน์แฟชั่น “กราฟฟิกสำหรับแฟชั่นดีไซน์” | แฟชั่นดีไซน์             | 32                |
| 6     | การ LAUNCH และบริหารสินค้าแฟชั่น                          | การตลาดแฟชั่น            | 383               |
| 7     | กลยุทธ์การตลาดของแฟชั่นธุรกิจอัญมณี                       | การตลาดแฟชั่น            | 92                |
| 8     | คำศัพท์แฟชั่น                                             | ทุกสาขา                  | 16                |
| 9     | จาก CONCEPTสู่ผู้บริโภค                                   | การตลาดแฟชั่น            | 24                |
| 10    | หลักฐตเร่งรัดแฟชั่นดีไซน์                                 | แฟชั่นดีไซน์             | 32                |
| ลำดับ | หัวข้อหลักฐตวรรษะชั้น                                     | ชื่อสาขาวิชา             | จำนวนผู้ลงทะเบียน |
| 11    | การพยากรณ์สินค้าแฟชั่น                                    | แฟชั่นดีไซน์             | 120               |
| 12    | Supply Chain & Logistic                                   | เทคโนโลยี&บริหารแฟชั่น   | 98                |
| 13    | วิเคราะห์แฟชั่นเทรนด์                                     | ดีไซน์และบริหารแฟชั่น    | 64                |
| 14    | Fabric Properties & Selection                             | เทคโนโลยี&บริหารแฟชั่น   | 234               |
| 15    | การตกแต่งเสื้อผ้า                                         | เทคโนโลยี&บริหารแฟชั่น   | 64                |
| 16    | การวิเคราะห์การตอบสนองความรู้สึกต่อแฟชั่น                 | เทคโนโลยี&บริหารแฟชั่น   | 149               |

โครงการที่ 1 นี้เอง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้เซ็นสัญญากับฝ่ายวางแผนสำนักงานกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น เพื่อจัดตั้งสถาบันแฟชั่นนานาชาติกรุงเทพฯ (Bangkok International Fashion Academic : BAFA) เมื่อ 26 กรกฎาคม 2004 และแล้วเมื่อ 15 ธันวาคม ปีเดียวกันก็มีพิธีเปิดสถาบัน BIFA ใน 25 มกราคม 2005 ก็มีการเริ่มเปิดสอนหลักสูตรระยะสั้น BIBF เองได้พยายามสร้างความสนใจ และสร้างแรงบันดาลใจในอุตสาหกรรมแฟชั่น โดยเซ็นสัญญารับการสนับสนุนทางด้านหลักสูตรกับสถาบันต่างประเทศ 3 แห่ง ได้แก่ Fashion Institute of Technology (FIT) ของนิวยอร์ก, Institite Francaise de la Mode (IFM) ของปารีส และ Politechnico de la Mode (POLIMODA) ของฟลอเรนซ์ นอกจากนี้ทางด้านวิชาการได้ร่วมสัญญากับ University of Central England ของ Bergminhan และ Bunka Gakken (Tokyo) BIFA ได้ดำเนินการจัดตั้งหลักสูตรระยะยาว 3 หลักสูตร หลักสูตร 6 เดือน 2 หลักสูตร หลักสูตรระยะยาว (9 เดือน) เป็นหลักสูตรปริญญา ได้รับความช่วยเหลือจากศาสตราจารย์ต่างประเทศมาสอนเป็นภาษาอังกฤษอัน ได้แก่ หลักสูตรการออกแบบแฟชั่น โดย IFM, การตลาดแฟชั่น โดย FIT เทคโนโลยีและการเปลี่ยนแฟชั่น โดย FIT นอกจากนี้ BIFA ยังมีการจัดตั้งหลักสูตร 6 เดือน 2 หลักสูตร คือ 1. การออกแบบและธุรกิจเครื่องหนังของ POLIMODA และ 2. การออกแบบและธุรกิจอัญมณีของ UCE ซึ่งแต่ละหลักสูตรจะประกอบด้วย 7 วิชา รวมทั้งสิ้น 14 หน่วยกิต สำหรับหลักสูตรระยะสั้น BIFA จัดตั้ง 16 หลักสูตร โดยร่วมมือกับทีมศาสตราจารย์ จากสถาบันที่ร่วมมือของต่างประเทศ ซึ่งมีนักศึกษาทำการสมัครเรียนถึงกว่า 600 คน เมื่อรวมหลักสูตรระยะสั้นกับระยะยาว ปรากฏว่ามีผู้สมัครเข้าเรียนหลักสูตรการออกแบบแฟชั่นถึง 150 คน ซึ่งหลักสูตรเทคโนโลยีและการบริหารแฟชั่นมีผู้สมัคร 210 คน หลักสูตรการตลาดแฟชั่นมีผู้สมัคร 240 คน

นอกจากนี้สถาบันแฟชั่นนานาชาติกรุงเทพฯ (BIFA) มีการให้ทุนเล่าเรียนต่างประเทศแก่คนไทย 3 คน โดยได้รับทุนเล่าเรียนคนละ 1.5 ล้านบาท โดยส่งไปที่ สถาบัน FIT และ IFM ซึ่งวัตถุประสงค์ของ BIFA คือ ร่วมมือกับสถาบันแฟชั่นนานาชาติที่สำคัญ ๆ ของยุโรป, อเมริกา และเอเชีย เพื่อสร้างบุคลากรทางด้านอุตสาหกรรมแฟชั่นของไทย BIFA ก็ได้ร่วมมือกับ 3 อุตสาหกรรมแฟชั่นหลักอันได้แก่ สิ่งทอ-เสื้อผ้า, พลอย-อัญมณี, รองเท้า-เครื่องหนัง โดยมีกิจกรรมหลัก ๆ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ความเคลื่อนไหวหลัก ๆ ของ BIFA

|                        |                                                                                  |
|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| 19-21 ธ.ค.2005         | 19 ธ.ค. พิธีเปิดของ BIFA<br>20-21 ธ.ค. ประกาศผลการเรียนของนักศึกษา               |
| 17 ต.ค.2005            | เริ่มหลักสูตรอัญมณี                                                              |
| 17-21 ส.ค.2005         | หลักสูตรระยะสั้นของการค้าและการบริหารแฟชั่นของ BIFA ในสัปดาห์แฟชั่นกรุงเทพฯ 2005 |
| 7 ส.ค.2005             | เริ่มหลักสูตรเครื่องหนัง                                                         |
| 9 พ.ค.2005             | เริ่มเปิดเรียนของหลักสูตรระยะยาว                                                 |
| เม.ย.2005              | เปิดรับสมัครนักศึกษา                                                             |
| 28 มี.ค. – 8 เม.ย.2005 | หลักสูตรระยะสั้น : การออกแบบแฟชั่น                                               |
| 10-12 มี.ค.2005        | จัดโครงข่ายแฟชั่น (Fashion Brand Network) โดย BIFA                               |
| 5-19 มี.ค.2005         | หลักสูตรระยะสั้น : Innovative Textile Design                                     |
| 26-27 ก.พ.2005         | BIBF Road Show, หลักสูตรระยะสั้น : กลยุทธ์การตลาดแฟชั่น                          |
| 18 ก.พ.2005            | เปิดโครงการ BIFA                                                                 |
| 25 ม.ค.2004            | หลักสูตรระยะสั้น : เทรนด์แฟชั่นของการออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับ                |
| 15 ธ.ค.2004            | Grand Open (พิธีเปิดสถาบัน BIFA)                                                 |
| 26 ก.ค.2004            | เริ่มเซ็นสัญญา Fashion Academy Project                                           |
| 25 พ.ย.2004            | การสัมมนานานาชาติ เรื่องแฟชั่นจัดโดย FIT และ IFM                                 |

II โครงการที่ 2 คือ การจัดตั้งศูนย์รวบรวมเทรนด์แฟชั่นของโลก งบประมาณคือ 44.54303 ล้านบาท บริษัทที่รับมอบหมายคือ บริษัทพิมพลัส PR จำกัด ในโครงการนี้มีการจัดตั้งศูนย์รวบรวมเทรนด์แฟชั่น และให้บริการทางข้อมูลเทรนด์ทางแฟชั่น นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ทำนิตยสาร และสัมภาษณ์เรื่องเทรนด์ทางแฟชั่น ศูนย์เทรนด์ทางแฟชั่นจัดตั้งขึ้นที่ (Central World Tower ชั้น 6 จนกระทั่งสิ้นสุด ธ.ค.2005 มีจำนวนผู้ใช้บริการทั้งสิ้น 4,993 คน โดยประชาชนทั่วไป 4,847 คน เป็นสื่อมวลชน 56 คน เป็นนักศึกษา ในสถาบันการศึกษา 90 คน

ดังนี้ โครงการที่ 2 นี้ บริษัทพิมพลัส PR รับช่วงงาน โดยเปิดเป็นศูนย์เทรนด์ทางแฟชั่น พิธีเปิดศูนย์กระทำโดยอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ศูนย์เทรนด์ทางแฟชั่นนี้ เป็นห้องสมุดทางแฟชั่นแห่งแรกของไทย และมีข้อมูลล่าสุดเกี่ยวกับธุรกิจและอุตสาหกรรมแฟชั่นของเอเชีย นอกจากนี้ยังมีวิธีการรวบรวมข้อมูลเทรนด์ของแฟชั่น จากทั่วโลก เช่น สิ่งทอ-เสื้อผ้า, เครื่องหนัง-รองเท้า, พลอย-อัญมณี นอกจากนี้ศูนย์นี้จะให้ข้อมูลเทรนด์ของแฟชั่นใน 3 สาขานี้แก่ผู้ทำงานใน 3 ด้านนี้

อีกจุดมุ่งหมายหนึ่งของศูนย์นี้คือ ยกระดับความรู้ด้านแฟชั่น แก่กลุ่มต่าง ๆ หรือนักศึกษาที่เกี่ยวข้องธุรกิจแฟชั่นนี้ เพื่อการอยู่รอดในการแข่งขันระดับโลก จะต้องยกระดับความสามารถของบุคลากรอุตสาหกรรมแฟชั่น และทำการสร้างผู้นำทางแฟชั่น ศูนย์เทรนด์ทางแฟชั่นนี้ มีพื้นที่ 500 ตารางเมตร ซึ่งมีการตกแต่งดึกของศูนย์ให้มีลักษณะสไตล์ Modern หรือทันสมัยมาก ๆ ดึกของศูนย์แบ่งเป็น 6 โซน ได้แก่

1. โซนจัดนิทรรศการสินค้า คือ ที่จัดแสดงเสื้อผ้า, รองเท้า, เครื่องหนัง, อัญมณี รวมทั้ง 3 สินค้าแบรนด์เนมที่เปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาลและเป็นสถานที่ที่ดีไซน์เนอร์รุ่นใหม่มีโอกาสแสดงผลงาน
2. โซนจัดแสดงหนังสือของแฟชั่น ซึ่งมีหนังสือแฟชั่นเทรนด์ และวารสารทางแฟชั่น เช่น Nelly Rodi, Gromostly, Worltex เป็นต้น ซึ่งมีรวม เทรนด์ แฟชั่นทุกชนิด เช่น Color Trends, สิ่งทอ, เสื้อผ้าถัก, เสื้อผ้าสไตล์ต่าง ๆ, เครื่องตกแต่งชายหญิง, ดันกำนิค และประวัติ แบรนด์เนม, รวมทั้งหนังสือที่ทำให้เกิดแรงบันดาลใจ
3. ห้องอ่านวารสาร มีทั้งวารสารจากฝรั่งเศส, อิตาลี, อังกฤษ, อเมริกา, ญี่ปุ่น และไทย เช่น Vogue, Harper's Bazaar, Elle, Madame Figaro, Collezione, Glamour, L'uomo Vogue, V,W เป็นต้น
4. ห้องเล่นและห้อง Internet
5. ห้องมัลติมีเดีย
6. ห้องประชุม

ศูนย์เทรนด์ทางแฟชั่นนี้ ได้จัดสัมมนา “รายงานเทรนด์ 2006 ฤดูใบไม้ร่วง / ฤดูหนาว” โดยรวบรวมเอกสารจาก ปารีส, มิราโน, ลอนดอน, นิวยอร์ก เพื่อให้ความรู้ทางแฟชั่นลึกซึ้งยิ่งขึ้น

III โครงการที่ 3 คือ โครงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอเสื้อผ้า จำนวนงบประมาณ คือ 168 ล้านบาท ผู้รับผิดชอบ คือ สถาบันเทคโนโลยี ราชวมงคล วิทยาลัยเขต ธนบุรี ซึ่งสถาบันได้จัดจ้าง ที่ปรึกษาให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการธุรกิจสิ่งทอ เสื้อผ้า เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน

- (1) จัดจ้างที่ปรึกษา 200 คน ให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการ ใน 6 สาขาดังต่อไปนี้
  - 1) การพัฒนาวัตถุดิบและส่วนประกอบวัสดุ (Material Development)
  - 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอ (Textile Product Development)
  - 3) การพัฒนาดีไซน์สิ่งทอ-เสื้อผ้า (Design Development)
  - 4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า (Garment Product Development)
  - 5) การพัฒนาแฟชั่นแบรนด์ (Brand Development)
  - 6) การพัฒนาแฟชั่นคลัสเตอร์ (Fashion Cluster Development)
- (2) การออกแบบและดำเนินการระบบ IT เพื่อสร้าง Supply Chain ของ อุตสาหกรรม สิ่งทอ – เสื้อผ้า
- (3) สนับสนุนการจัดสรร Software สำหรับ กิจการขนาดย่อม

โครงการเหล่านี้ เป็นโครงการดำเนินการโดยบริษัท ภายใต้การดูแลของสถาบันเทคโนโลยี ราชวมงคล เรียกชื่อโครงการนี้ว่า TDET (Textile and Garment Development In Efficiency and Technology) ความก้าวหน้าของโครงการเป็นดังต่อไปนี้

- (1) บริษัทที่เข้าร่วมโครงการ มี 115 บริษัท โดยที่ปรึกษา ทำการวิเคราะห์เบื้องต้นต่อ 100 บริษัท และให้คำแนะนำไป 94 บริษัท
- (2) ในการออกแบบและดำเนินการระบบ IT เพื่อสร้าง Supply Chain ในอุตสาหกรรม สิ่งทอ เสื้อผ้า ได้มีการสัมภาษณ์ ไป 28 บริษัท เพื่อวิเคราะห์สภาพในปัจจุบันและวิเคราะห์ความต้องการที่มีต่อเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
- (3) สำหรับการ จัดสรร Software สำหรับกิจการขนาดกลาง-ย่อม มีการขึ้นบัญชี บริษัทผลิต Software 22 บริษัท และมีผู้ร่วมเขียนแบบ Form โครงการ 17 บริษัท

โครงการที่ 3 คือการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม สิ่งทอ-เสื้อผ้า T-DET ได้รับการว่าจ้างจากสถาบันเทคโนโลยี ราชวมงคล วิทยาเขตธนบุรี โดยมีการพัฒนาวัตถุดิบพัฒนา ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ การพัฒนาดีไซน์ของเสื้อผ้า-สิ่งทอ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า การพัฒนาแบรนด์ การพัฒนาคลัสเตอร์ การพัฒนาแม่บท IT และแผนสนับสนุนการจัดสรร Software ของกิจการขนาดกลาง-ย่อมเป็น 8 สาขา ซึ่งมี ชาวต่างประเทศร่วมกิจกรรมใน 8 สาขานี้ โครงการ T-DET นี้เองได้มุ่ง

สร้างคลัสเตอร์ ในแต่ละสาขาเหล่านี้เพื่อเป็นศูนย์กลางของท้องถิ่นและเพื่อยกระดับชั้นของสินค้า (Grade-Up) พงษ์ศักดิ์ รัตนพงศ์ไพศาล ร.ม.ค.กระทรวงอุตสาหกรรมได้กล่าวในโฮมเพจว่า T-DET มี 2 จุดมุ่งหมาย จุดหมายแรก คือ การสร้างแบรนด์ตนเองโดยรับคำแนะนำจากที่ปรึกษา ซึ่งทำให้ความสามารถเชิงองค์การและเชิงการผลิตสูงขึ้น จุดมุ่งหมายที่สอง คือ การพัฒนาโครงสร้างอุตสาหกรรม สิ่งทอ-เสื้อผ้า ทั้งนี้ทั้งนั้นเพื่อให้อุตสาหกรรมรวมตัวขึ้น เกิดเครือข่าย (Network) บริษัทและทำให้งานทั้งหมดรวมทั้งกิจการขนาดกลาง-ย่อม เกิดการพัฒนาด้าน IT

**IV โครงการที่ 4** คือ โครงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมรองเท้า-เครื่องหนัง มีงบประมาณ 129.9752 ล้านบาท ผู้รับโครงการได้แก่ (1) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า วิทยาเขตพระนครเหนือ ทำการพัฒนาและเสริมกำลังการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องหนัง โดยสนับสนุน 120 โรงงาน ด้วยงบประมาณ 69.2660 ล้านบาท (2) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า วิทยาเขตธนบุรี ทำการพัฒนาและเสริมกำลังการแข่งขันของอุตสาหกรรมรองเท้าโดยสนับสนุน 120 โรงงาน ด้วยงบประมาณ 60.6912 ล้านบาท ผู้ประกอบการด้านรองเท้า-เครื่องหนัง ทั้งค่าน้ำ-ปลายน้ำ จะได้รับการสนับสนุนทางการเงินสร้างแบรนด์และดีไซน์ให้เกิดความสามารถขึ้น ทางด้านอุตสาหกรรมรองเท้า บริษัทที่เข้าร่วมโครงการนี้ ในเรื่องดีไซน์ มี 42 บริษัท เรื่องวัตถุดิบและชิ้นส่วนมี 37 บริษัท เรื่องการสร้างแบรนด์มี 49 บริษัท โดยสถาบันพระจอมเกล้าวิทยาเขตธนบุรี คณะบริหารจะรับผิดชอบด้านแบรนด์ คณะสถาปัตยกรรม รับผิดชอบด้านดีไซน์ สถาบันหุ่นยนต์ (Institute of Field Robotics : FIBO) ของวิทยาลัยเขตธนบุรีเช่นกันจะรับผิดชอบด้านพัฒนาวัตถุดิบและการผลิตชิ้นส่วน ซึ่งทั้งหมดนี้ จะเน้นวิธีคิดมากกว่า Know-How สำหรับอุตสาหกรรมเครื่องหนัง ผู้เข้าร่วมโครงการดีไซน์ ผู้เข้าร่วมโครงการดีไซน์ มี 50 บริษัท ด้านวัตถุดิบ ชิ้นส่วน มี 20 บริษัท ด้านการออกแบบแบรนด์ มี 50 บริษัท วิธีการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องหนังจะเป็นไปดังตารางที่ 5 ซึ่งประสิทธิภาพจากการให้คำปรึกษาเป็นราย ๆ ไป จะมากกว่าการสอนในคอร์สการอบรม (จากการสัมภาษณ์ ดร. ชิตในวันที่ 5 พ.ค. 2006)

ตารางที่ 5 โปรแกรมการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องหนัง

|                                             | ช่วงแรก: สร้างทิศทางการพัฒนาของแต่ละโรงงานของอุตสาหกรรมเครื่องหนัง                                                                                                                                                                                                                                                                                  | ช่วงที่ 2: นำทิศทางที่ได้จากช่วงแรกมากระทำจริง                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ระยะเวลาดำเนินการ                           | 3 เดือน (ม.ค.-มี.ค.2006)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 9 เดือน (พ.ค.2006 – ม.ค.2007)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| ค่าใช้จ่าย                                  | 6,000 บาท                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 60,000 บาท                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| สาขาการพัฒนาวัตถุดิบและชิ้นส่วน             | - สัมมนาเรื่อง ธุรกิจแฟชั่น 1 วัน<br>- สัมมนาเรื่องกลยุทธ์การตลาด                                                                                                                                                                                                                                                                                   | - ผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศ (อิตาลีและฝรั่งเศส) ไปเยี่ยมชมโรงงาน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| สาขาดีไซน์และเทคโนโลยีการผลิต               | ของธุรกิจแฟชั่น 1 วัน<br>- สัมมนาในหัวข้อแต่ละสาขา 1 วัน                                                                                                                                                                                                                                                                                            | - และให้คำแนะนำ 3 รอบ<br>- ที่ปรึกษาให้คำแนะนำที่โรงงานโดยใช้                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| สาขาการตลาดและการสร้างแบรนด์                | - สร้างทิศทางการพัฒนาของอุตสาหกรรมเครื่องหนังโดยที่ปรึกษาให้คำแนะนำต่อแต่ละโรงงานที่เข้าร่วม                                                                                                                                                                                                                                                        | เวลา 8-10 วัน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| ผลประโยชน์ที่บริษัทคาดว่าจะได้รับจากโครงการ | - หลังจบช่วงแรก สามารถสร้าง Road map ปฏิรูปบริษัทได้<br>- สามารถร่วมในเครือข่ายเครื่องหนัง-ฟอกหนัง วัตถุดิบ เพื่อขยายงานในต่างประเทศไทย<br>- สามารถดีไซน์โครงการได้ (มากกว่า 10 ล้านบาท)<br>- สามารถเข้ารับฟังเทรนด์แฟชั่นเครื่องหนังได้มากกว่า 10 เดือนในทุกเดือน<br>- สนับสนุนการตั้งทีมการผลิต-ดีไซน์และการตลาด<br>- ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ หักภาษีได้ | - ดำเนินการตาม Road map ภายใต้งานดูแลอย่างใกล้ชิดของที่ปรึกษา<br>- สามารถร่วมในเครือข่ายเครื่องหนัง-ฟอกหนัง-วัตถุดิบ เพื่อขยายงานในต่างประเทศไทย<br>- สามารถดีไซน์โครงการได้ (มากกว่า 10 ล้านบาท)<br>- สามารถเข้ารับฟังเทรนด์แฟชั่นเครื่องหนังได้มากกว่า 10 เดือนในทุกเดือน<br>- สนับสนุนการตั้งทีมการผลิต-ดีไซน์และการตลาด<br>- ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ หักภาษีได้<br>- ดำเนินการจัดบูธในงานแสดงสินค้า 2 ครั้ง<br>- สามารถหาผู้ค้าต่างประเทศได้ |

ทั้งสถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าวิทยาเขตพระนครเหนือ และ วิทยาลัยเขตธนบุรี ต่างก็ยกระดับการแข่งขันในอุตสาหกรรมรองเท้า-เครื่องหนังโดยเปิดหลักสูตรการอบรม ด้านดีไซน์และการสร้างแบรนด์ ในขณะที่เดียวกันก็มีการจัด EVENT ต่างๆ ด้วย ศูนย์ดีไซน์-บริการวิจัย (REDEK) ของวิทยาลัยเขตธนบุรี ได้ร่วมมือกับสถาบันหุ่นยนต์ (FIBO) จัดการพบปะแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้บริหารกิจการรองเท้ากิจการวัตถุดิบ และชิ้นส่วนที่เกี่ยวข้องที่ตึก Anna's Café-Diethelm นอกจากนี้ ยังได้ร่วมมือกับสถาบันวิจัยเทคโนโลยี (KMITNB) ของวิทยาลัยเขตพระนครเหนือทำการจัดงาน แสดงสินค้ารองเท้า – เครื่องหนัง ที่ Imperial Queen's Park Hotel ในวันที่ 22 พ.ย. ปี เดียวกัน อีกทั้ง REDEK ได้ร่วมมือกับ FIBO จัด CEO Forum ในวันที่ 29 พ.ย. โดยอบรมเรื่องวิธีดำเนินการโครงการให้แก่ผู้บริหารสูงสุดของเหล่าบริษัทที่เข้าร่วมในโครงการ

V โครงการที่ 5 คือ โครงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมพลอย-อัญมณีด้วยงบประมาณ 29.6 ล้านบาท ผู้รับช่วงโครงการคือ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาลัยเขตประสานมิตร โครงการแบ่งเป็น 7 สาขาได้แก่ แม่พิมพ์ การเจียรนัย การหล่อ การหล่อฉนวนพลอย การเผาเชื่อม การขัดผิว และการเคลือบ โดยทำการอบรมสร้างผู้เชี่ยวชาญ มีวางเป้าผู้ลงทะเบียน จำนวน 720 คน จนถึงปัจจุบัน 15 ธ.ค. 2005 มีผู้ลงทะเบียนแล้ว 258 คน เป้าหมายจำนวนผู้ลงทะเบียน กับ จำนวนผู้ลงทะเบียน จริงในแต่ละสาขาเป็นตามตารางที่ 6

ตารางที่ 6 หลักสูตรและจำนวนผู้ลงทะเบียน

| หลักสูตร                                  | เป้าหมายผู้ลงทะเบียน(คน) | ผู้ลงทะเบียนจริง(คน) |
|-------------------------------------------|--------------------------|----------------------|
| 1. การออกแบบและสร้างแม่พิมพ์ โดย Computer | 60                       | 46                   |
| 2. การเจียรนัยพลอยขั้นสูง                 | 120                      | 46                   |
| 3. การหล่อพลอยขั้นสูง                     | 120                      | 45                   |
| 4. การหล่อฉนวนพลอย                        | 60                       | 29                   |
| 5. การเผาเชื่อม                           | 120                      | 20                   |
| 6. การขัดผิวขั้นสูง                       | 120                      | 32                   |
| 7. การเคลือบขั้นสูง                       | 120                      | 40                   |



โครงการที่ 5 นี้ เรียกว่า JARAD (Jewelry Advanced Research and Development) ผู้รับช่วงโครงการคือ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขตประสานมิตร ซึ่งมีการจัดตั้งคณะพลอย-อัญมณี ในปี 1992 ตั้งแต่ 30 พ.ค. 2005 เป็นต้นมา มีการดำเนินการโครงการฝึกอบรมจำนวน 7 หลักสูตร มีชาวเยอรมัน MR. WEMER เป็นอาจารย์ผู้สอนทางด้านการเจียระไน การหล่อ การเคลือบผิว การเผาเชื่อม ผู้เข้าเรียนส่วนใหญ่ถูกส่งมาฝึกอบรมจากกิจการขนาดย่อมของอุตสาหกรรมนี้ (จากการสัมภาษณ์ คุณกาญจนา เมื่อ 22 มี.ค. 2006)

VI โครงการที่ 6 คือ โครงการนิทรรศการตัวอย่างสินค้า- Bangkok Fashion Week โดยใช้งบประมาณ 321.88 ล้านบาท ผู้รับช่วงโครงการคือ บริษัท AV Project จุดประสงค์ของโครงการคือ สร้างภาพพจน์ กรุงเทพฯ ให้เป็นเมืองแฟชั่น จะเป็นศูนย์กลางแฟชั่นของภูมิภาคนี้ ใน ส.ค. 2005 และ มี.ค. 2006 มีการจัดงานนิทรรศการ Bangkok Fashion Week ครั้งแรกเมื่อ 17-21 ส.ค. 2005 มีการจัดงานที่ศูนย์ประชุมนานาชาติสิริกิติ์ และสวนเบญจกิติ ลักษณะเป็นดังต่อไปนี้

(1) Trade Fair & Designer Showcase มีการจัดงานแสดงสินค้าใน 3 สาขา ที่ศูนย์ประชุมนานาชาติสิริกิติ์ ที่ Plenary Room ซึ่งดัดแปลงเป็น บูติก มอลล์

(2) Catwalk Shows โดยดีไซเนอร์ 32 คน และดีไซเนอร์ต่างประเทศเป็นนักออกแบบจัดแฟชั่นโชว์ผลงานโดย พระองค์เจ้าสิริวัตรวดี เป็นหนึ่งใน ดีไซเนอร์ด้วย แฟชั่นโชว์นี้ ใช้ชื่อว่า Viva Victorian 2005 โดย Catwalk Shows จัดขึ้นที่ The Fashion Dome ซึ่งเป็นห้องโถงใหญ่ใกล้ สระของสวนเบญจกิติ สำหรับ Super Catwalk มีการจัดขึ้นที่ Plenary Room เป็นเวลา 5 วัน

(3) มีการจัด Graduate Fashion Week มีการแสดงผลงาน ของนักศึกษาที่เรียนการดีไซน์ ใน 3 สาขา อุตสาหกรรม (เครื่องหนัง รองเท้า . พลอย-อัญมณี และสิ่งทอ-เสื้อผ้า)

(4) มีการจัดสนทนาและการปาฐกถา Fashion Talks โดยเน้นการพัฒนาบุคลากรและสร้างองค์ความรู้ทางแฟชั่น โดยมีการเชิญผู้เชี่ยวชาญดีไซน์, ผู้เชี่ยวชาญ Fashion Marketing มาเป็นวิทยากร

(5) Bangkok Fashion City Pavilion เป็นการแสดงนิทรรศการผลงาน Sub-Project ของโครงการ กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น มีเป้าประสงค์ของการโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ กิจกรรม ต่าง ๆ ของโครงการ กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น

(6) Jewelry Gala Nights จัดขึ้นเมื่อ 19 ส.ค. 2005 เป็นงานแฟชั่นโชว์พลอย-อัญมณี ที่นำโดยผู้ประกอบการ สมเด็จพระเจ้าฟ้าอุบลรัตน์เป็นประธานเสด็จทรงงาน โดยมีการแสดงดีไซน์ อัญมณีของ ม.ล.สิริวัตรวดี โดยนำผลงานดีไซน์มาประมูล โดยนำรายได้จากการประมูลให้แก่มูลนิธิ

(7) Bangkok Fashion Week สำหรับงานเลี้ยง After Party จัดในวันที่ 21 ส.ค. ซึ่งเป็น งานแสดงความยินดีในความสำเร็จของ Bangkok Fashion Week มีการประเมินผลงาน ความสำเร็จของการพัฒนาบุคลากร และแลกเปลี่ยนความเห็น

สำหรับ Bangkok Fashion Week ครั้งที่ 2 จัดขึ้นที่ศูนย์ประชุมนานาชาติ สิริกิตและ Dome ของสวนเบญจกิติ ใน 14-19 มี.ค. 2006 ลักษณะการจัดเหมือนครั้งแรกคือมี TRADE FAIR, Designer Showcase, Catwalk Shows และ Fashion Talks โดย Trade Fair จัดขึ้นที่ Planary Hall โดยมีจัดแสดงแบรนด์ต่าง ๆ ของเครื่องหนัง , รองเท้า , พลอย-อัญมณี และเครื่องประดับโดยสามารถจำหน่ายได้ สำหรับ Designer Showcase เป็นงานนิทรรศการผลงานโดดเด่น ที่สร้างสรรค์ของนักสร้างสรรค์จนถึงยุคปัจจุบัน สำหรับ Catwalk Shows มีการจัดขึ้นที่ริมสระน้ำของสวนสาธารณะ 13 ครั้ง สำหรับ Super Catwalk Shows จัดขึ้นที่ Planary Hall ศูนย์การประชุมนานาชาติสิริกิต 11 ครั้ง สำหรับ Fashion Talks มีการปาฐกถา การสัมมนาในหัวข้อต่างๆ ได้แก่ “การเริ่มธุรกิจแฟชั่นของผู้เริ่มต้น” “ก้าวแรกของแฟชั่นส่งออก” “การตลาดแฟชั่นเทรนด์” “การสร้างแบรนด์” “วิธีทำการ Demo” เป็นต้น ใน 4 วัน รวมเป็น 9 ครั้ง

นอกจากนี้ Graduate Fashion Week เป็น High light หนึ่งของ Bangkok Fashion Week 2006 มีการให้ผู้จบหลักสูตร โรงเรียนแฟชั่นจัดแสดงผลงานให้แก่ สื่อมวลชน และผู้ประกอบการแฟชั่นรวมทั้งผู้ชมทั่วไปได้รับชมโดย EVENT มีทั้งนิทรรศการทางวิชาการและ Super Catwalk Shows โดยมีผู้รับ The Graduate Designer Awards 2006 จำนวน 10 คน รับรางวัล

**VII โครงการที่ 7** คือโครงการสร้างแบรนด์ทางแฟชั่น ใช้งบ 91.892 ล้านบาท แต่ไม่สามารถเซ็นสัญญาได้ สำเร็จ 2 ครั้ง จึงยกเลิกโครงการไป

**VIII โครงการที่ 8** คือ โครงการแข่งขันดีไซน์แฟชั่นนานาชาติ ใช้งบ 79.50 ล้านบาท แต่ไม่สามารถหาผู้รับผิดชอบได้ จึงยกเลิกโครงการไป

**IX โครงการที่ 9** คือโครงการพัฒนาตลาดเป้าหมาย (Fashion Road Show) ใช้งบ 160.52625 ล้านบาท ผู้รับช่วงโครงการคือบริษัท JSL ซึ่งการพัฒนาตลาดเป้าหมายประกอบด้วย กิจกรรมดังต่อไปนี้

(1) งานแสดงสินค้าที่ Basel World ของ สวิส, MIEM/MIPEL ที่อิตาลี, Australian Fashion week รวมทั้งหมด 3 ครั้ง

(2) กิจกรรม In-Store Promotion ที่ New York , ปักกิ่ง , ปารีส , ดูไบ แห่งสาธารณรัฐอาหรับ , ฮองกง , ซิดนีย์ รวม 6 ครั้ง

(3) Independent Show ที่ปักกิ่งและปารีส

ผลความก้าวหน้าของโครงการเป็นดังต่อไปนี้

(1) งานแสดงสินค้าจัดขึ้นที่ Basel World เมื่อ 31 มี.ค.- 7 เม.ย. 2005 จัดขึ้นที่ ปารีส เมื่อ 2-5 ก.ย. 2005 (เปลี่ยนจาก In-Store Promotion)

(2) Independent Show จัดที่ปักกิ่ง เมื่อ 7 ก.ค. 2005 และที่ ปารีส เมื่อ 2 ก.ย. 2005

(3) In-Store Promotion จัดที่ปักกิ่ง เมื่อ 8-12 ก.ค. 2005

(4) เข้าร่วมงานแสดงสินค้า 89<sup>th</sup> MIPEL ที่มิลาน อิตาลี เมื่อ 15-19 มี.ค. 2006

โครงการที่ 9 นี้ เป็น Fashion Road Show เป็นการสร้างภาพพจน์แบรนด์ของไทย เพื่อทำกิจกรรมทางการตลาดใน Asian หรือ ภูมิภาคเป้าหมาย จากงานแสดงสินค้าและนิทรรศการต่าง ๆ ทำให้เกิดโอกาสการณรงค์ให้แก่บริษัทแฟชั่นของไทย ซึ่งมีประโยชน์ต่อการรับรู้ในสินค้าแฟชั่นของไทย จากโครงการนี้ ทำให้บริษัทแฟชั่นของไทยสามารถเข้าร่วมในงานแสดงสินค้าแฟชั่นนานาชาติจนสามารถขยายช่องทางการขายแก่ตลาดต่างประเทศได้ บริษัทที่มี Brand จะมีโอกาสในการแสดงแบรนด์ตนเองในตลาดต่างประเทศ Road Shows ของโครงการที่ 9 นี้เอง มีผลงานส่งเสริมการตลาดให้แก่บริษัทแฟชั่นของไทยที่ไปยังตลาดต่างชาติ สำหรับ Bangkok Fashion Road Show มีโปรแกรมจัดงานใน 8 ประเทศ ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 โปรแกรม Bangkok Fashion Road Show

|    |                               |                       |                  |
|----|-------------------------------|-----------------------|------------------|
| 1  | งานแสดงสินค้า (พลอย-อัญมณี)   | 31 มี.ค.- 7 เม.ย.2005 | บาเซิล, สวิต     |
| 2  | แสดงสินค้าอิสระ               | 7 ก.ค.2005            | ปักกิ่ง          |
| 3  | ในห้าง                        | 8 – 12 ก.ค.2005       | ปักกิ่ง          |
| 4  | แสดงสินค้าอิสระ               | 2 ก.ย.2005            | ปารีส            |
| 5  | งานแสดงสินค้า                 | 2 – 5 ก.ย.2005        | ปารีส            |
| 6  | ในห้าง                        | ม.ค.2005              | ดูไบ,สหรัฐอาหรับ |
| 7  | ในห้าง                        | ก.พ.2006              | ฮ่องกง           |
| 8  | งานแสดงสินค้า (เครื่องหนัง)   | มี.ค.2006             | มิลาน            |
| 9  | งานแสดงสินค้า (เครื่องตกแต่ง) | พ.ค.2006              | Sidney           |
| 10 | ในห้าง                        | พ.ค.2006              | Sidney           |
| 11 | ในห้าง                        | มี.ย.2006             | นิวยอร์ก         |

(แหล่งข้อมูล : โสมเพจ)

X โครงการที่ 10 คือ โครงการรวบรวมผลงานแฟชั่นของดีไซเนอร์คนไทย (Top Fashion Report) งบประมาณ คือ 96.777089 ล้านบาท ผู้รับช่วงโครงการคือ บริษัท TTIS ลักษณะโครงการคือ รวบรวมและเผยแพร่ แฟชั่นดีไซเนอร์ของคนไทยและจัดทำนิทรรศการรูปภาพเพื่อรายงาน Top Fashion ของไทย นิตยสารเหล่านี้ มีดังต่อไปนี้ “Scream” “Street” “Skin” “Spun” “Stone” และ “Speed” นอกจากนี้ยังทำการยกระดับความรู้และความเข้าใจในบรรดาผู้ที่เกี่ยวข้องกับ ธุรกิจแฟชั่นอีกทั้งเป็นสื่อที่สนับสนุน

ภาพพจน์ กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น ความก้าวหน้าของโครงการเป็นดังนี้ คือ ได้ออกนิตยสาร รูปภาพ ผลงานดีไซน์เนอร์คนไทย เรียบร้อยแล้ว 3 ฉบับ ได้แก่ “Scream” “Street” และ “Stone” ขณะนี้กำลัง จัดการพิมพ์ “Skin” อยู่

โครงการที่ 10 นี้เป็นการนำเสนอผลงานแฟชั่นดีไซน์โดยคนไทยในรูปแบบนิตยสาร รูปภาพโดย นิตยสาร Bangkok Fashion Now & Tomorrow Magazine ได้จัดพิมพ์ “Scream” เป็นเล่มที่ 1 ผู้รับผิดชอบโครงการที่ 10 คือ บริษัท TTIS ซึ่ง “Scream” เล่มที่ 1 นี้จะเน้นเป้าหมาย High End สำหรับ เล่มที่ 2 คือ “Street” เน้นเสื้อผ้าร่วมสมัย เล่มที่ 3 คือ “Stone” จะนำเสนอพลอย-อัญมณี เล่มที่ 4 คือ “Spun” เน้นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสิ่งทอ เล่มที่ 5 คือ “Skin” เน้นเครื่องหนัง และเล่มสุดท้ายเล่มที่ 6 “Speed” นำเสนอแฟชั่นเทรนด์และดีไซน์ของคนยุคใหม่ ขณะนี้เล่มที่ 3 “Stone” ได้รับการพิมพ์ เผยแพร่แล้ว นอกจากนี้ยังมีฉบับพิเศษ “Snook” ซึ่งเป็นฉบับเพิ่มเติม โดยมีเนื้อหาตั้งเป้าที่คนต่างชาติ เป็นภาษาอังกฤษ และสื่อสารกับผู้อ่านโดยใช้รูปภาพเป็นสื่อกลางมากกว่าใช้ภาษาในการบอกเล่า ถึง ประวัติความเป็นมาของแฟชั่นไทย แม้ว่าผู้อ่านจะไม่ทราบภาษาอังกฤษก็ตามก็สามารถทราบการพัฒนาการที่เป็นมาของแฟชั่นไทยได้ (27 มี.ค. 2006 จากการสัมภาษณ์ คุณ บุญชู)

**XI โครงการที่ 11** คือ โครงการสร้างภาพพจน์กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น ใช้งบประมาณ 86.953 ล้านบาท ผู้รับ ช่วงโครงการ มี 2 ราย

- (1) บริษัท Net Com Professional มีหน้าที่สร้าง Website และให้ สารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับโครงการ กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น ผ่าน Site งบประมาณ คือ 6.953 ล้านบาท
- (2) บริษัท Dentsu (Thailand) ทำกิจกรรม โฆษณาสร้างภาพพจน์ โครงการ ฯเมืองแฟชั่น โดยใช้ งบประมาณ 80 ล้านบาท โดยสร้างการรับรู้ที่ดี ต่อสินค้าไทยต่อกลุ่มเป้าหมาย ความก้าวหน้าของโครงการเป็นดังต่อไปนี้ คือ บริษัท Dentsu (Thailand) ได้ทำกิจกรรม โฆษณาดังนี้

- (1) วิทยุ : FM101 FM 103.5
- (2) นสพ. : Bangkok Today , ไทยรัฐ , มติชน
- (3) นิตยสาร : แพรว , คิฉน์ , เพียว , ตะวันหลวง
- (4) วารสารกระทรวงอุตสาหกรรม
- (5) Internet Media
- (6) การสัมภาษณ์สื่อมวลชน (Press Release / 2 ครั้ง)
- (7) ให้ข่าว BEF PRESS CENTER
- (8) BEC TWO WAY VISION โดย ครั้งแรกจัดที่ เซ็นเตอร์ พอยท์ สยามสแควร์

สำหรับผลการเข้า Website ของบริษัท Net Com Professional เป็นดังตารางที่ 8







ตารางที่ 8 ผลการเข้าชม Website

|      | Page View | Unique IP | Return Visitor |
|------|-----------|-----------|----------------|
| 2005 | 6,752     | 783       | 479            |
| 2005 | 16,698    | 2,737     | 1,457          |
| 2005 | 24,456    | 2,960     | 2,070          |
| 2006 | 14,345    | 1,907     | 1,311          |

(ข้อความก้ำวหน้าของโครงการนำมาจาก เอกสารหมายเลข (5) และจากโฮมเพจ)  
เมื่อสรุปผลก้ำวหน้าของโครงการที่ 11 นี้จะเป็นไปตามรูปที่ 9

รูปที่ 9 ความก้าวหน้าของโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น (ปัจจุบัน 23 ก.พ.2006)

| โครงการ                                                                           | งบประมาณที่ใช้ไปแล้ว<br>(บาท)                                                         | เวลาเริ่มต้น<br>สิ้นสุด                                  | 20% | 40%   | 60%   | 80% | 100% |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----|-------|-------|-----|------|
| กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น                                                              | 1,843,986,569.00<br>(604,542,275.99)                                                  | 2 ก.ก.2004<br>25 ม.ก.2006                                |     |       | 60.8% |     |      |
| โครงการที่ 1 พัฒนาบุคลากรแฟชั่น                                                   | 263,950,000.00<br>(148,842,500.00)                                                    | 19 ม.ก.2005<br>18 ก.ก.2006                               |     |       |       |     | 100% |
| โครงการที่ 2<br>ศูนย์รวมรวมเทรนด์แฟชั่นโลก                                        | 44,543,030.00<br>(23,224,601.45)                                                      | 1 ม.ก.2005<br>16 ก.ก.2006                                |     |       | 66.7% |     |      |
| โครงการที่ 3<br>เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของ<br>อุตสาหกรรมสิ่งทอ-เสื้อผ้า    | 168,000,000.00<br>(45,784,800.00)                                                     | 17 ม.ก.2005<br>16 ก.ก.2006                               |     |       | 66.7% |     |      |
| โครงการที่ 4<br>(เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน<br>อุตสาหกรรมรองเท้า-เครื่องหนัง) | 129,957,200.00<br>60,691,200.00<br>(11,531,328.00)<br>69,266,000.00<br>(9,870,405.00) | 31 ต.ก.2005<br>28 ก.พ.2007<br>30 ต.ก.2005<br>27 ก.พ.2007 |     | 33.3% |       |     |      |
| โครงการที่ 5<br>(เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของ<br>อุตสาหกรรมพลอย-อัญมณี)      | 89,600,000.00<br>(37,632,000.00)                                                      | 19 ม.ก.2005<br>18 ก.ก.2006                               |     |       | 66.7% |     |      |

| โครงการ                                                        | งบประมาณที่ใช้ไปแล้ว<br>(บาท)      | เวลาเริ่มต้น<br>สิ้นสุด    | 20%                                                                                      | 40% | 60% | 80% | 100% |
|----------------------------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----|-----|------|
| โครงการที่ 6<br>(นิทรรศการตัวอย่างสินค้า Bangkok Fashion Week) | 321,880,000.00<br>(186,366,157.00) | 19 ม.ค.2005<br>18 ก.ค.2006 |  88.9% |     |     |     |      |
| โครงการที่ 7                                                   |                                    |                            |                                                                                          |     |     |     |      |
| โครงการที่ 8                                                   |                                    |                            |                                                                                          |     |     |     |      |
| โครงการที่ 9<br>(พัฒนาตลาดเป้าหมาย)                            | 160,526,250.00<br>(88,597,907.48)  | 27 ม.ค.2005<br>26 ก.ค.2006 |  62.0% |     |     |     |      |
| โครงการที่ 10<br>(รวบรวมผลงานแฟชั่นของดีไซเนอร์คนไทย)          | 56,777,089.00<br>(23,846,377.37)   | 27 ม.ค.2005<br>26 ก.ค.2006 |  83.3% |     |     |     |      |
| โครงการที่ 11<br>(สร้างภาพพจน์กรุงเทพมหานครเมืองแฟชั่น)        | 86,953,000.00<br>(80,000,000.00)   | 31 ต.ค.2005<br>28 ก.ค.2007 |  42.0% |     |     |     |      |
| Website                                                        | 6,953,000.00<br>(3,476,500.00)     | 11 ต.ค.2005<br>10 ก.พ.2005 |  42.9% |     |     |     |      |
| ค่าใช้จ่ายสำนักงานบริหาร                                       | 161,800,000.00<br>(25,374,699.69)  |                            |  15.7% |     |     |     |      |

#### 4. การประเมินโครงการ

การผลิตสินค้าแฟชั่นจะแตกต่างการผลิตรถยนต์ สำหรับอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยนั้นกล่าวอย่างสุดโต่งได้ว่า คือ การเปิดพื้นที่อย่างเสรีให้แก่เจ้าของแบรนด์เนมรถยนต์เพื่อจัดตั้งฐานผลิตเพื่อการส่งออก แต่กรณีสินค้าแฟชั่นจะต้องให้ความสำคัญแก่แบรนด์ กล่าวคือ เจ้าของแบรนด์จะสร้างแบรนด์ที่ติดตลาดขึ้น โดยเลือกผลิตในแหล่งที่มีศักยภาพ กล่าวอย่างสุดโต่ง คือ ไม่จำเป็นต้องมีโรงงานของตนเอง เมื่อต้นทุนแรงงานสูงก็สามารถเลือกแหล่งผลิตราคาถูกได้ ในอนาคต 5 ปี – 10 ปี ไทยอาจสามารถรับช่วงการผลิตสินค้าแฟชั่นได้ แต่เจ้าของแบรนด์สินค้าแฟชั่นคงหาผู้ผลิตที่ต้นทุนแรงงานที่ต่ำกว่า ดังนั้น ไทยจึงจำเป็นต้องสร้างแบรนด์ตนเองโดยสร้างกรุงเทพฯ ให้เป็นเมืองแฟชั่น

แต่ในปัจจุบันไทยยังไม่มีสินค้าที่มีชื่อเสียงในตลาดโลก และไม่สามารถคาดหวังให้มีการย้ายฐานการผลิตสินค้าแฟชั่นมายังไทย ดังนั้นประเด็นสำคัญคือ การทำให้ยุโรปและภูมิภาคอื่นรับทราบถึงศักยภาพทางแฟชั่นของไทย ซึ่งจุดสำคัญของโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น คือ “การสร้างบุคลากร” ในโรงงานต่าง ๆ ในประเทศไทย ยังขาดดีไซน์เนอร์ฝีมือ จากสถาบันการศึกษาก็ปรากฏว่าแทบจะหาไม่พบ เนื่องจากว่าระบบการศึกษาและฝึกอบรมดีไซน์เนอร์ไม่พร้อม มักจะเป็นส่วนหนึ่งในหลักสูตรต่าง ๆ อย่างกระจัดกระจาย ตัวอย่างเช่น แม้ว่ามีแผนกวิชาเครื่องแต่งตัว แต่ผู้จบการศึกษาจากแผนกนี้ก็มักไม่มีความสามารถเพียงพอ แม้จะทำการดีไซน์ได้แต่ฝีมือไม่เพียงพอ อาจเนื่องด้วยผู้เรียนเองมีความสนใจไม่เพียงพอและผู้สอนก็ไม่พร้อม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับช่วงโครงการให้การศึกษาอบรมเพื่อสร้างเสริมบุคลากรดีไซน์เนอร์ใน 3 สาขา ได้แก่ สิ่งทอ-เสื้อผ้า, อัญมณี และ รองเท้า-เครื่องหนัง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้ร่วมมือกับสถาบันแฟชั่นเฉพาะทางของฝรั่งเศส, อิตาลี, อังกฤษ, อเมริกา หรือญี่ปุ่น สร้างหลักสูตรการศึกษาอบรมในหลักสูตรระยะสั้น ได้มีการสอนเป็นภาษาอังกฤษแก่ผู้ที่ทำงานแล้ว ซึ่งผู้เข้ารับการอบรมรุ่นแรกมักเป็นบุตรหลานของผู้ประกอบการ นายกสมาคมผู้ผลิตเสื้อผ้าไทย นายเทียนชัย มหาสิริ ได้กล่าวในการให้สัมภาษณ์นิตยสาร “Commercial World Magazine” ว่า “การสร้างบุคลากรจำเป็นต้องใช้เวลา การสร้างกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น ภายใน 3-5 ปี มีใช้สิ่งง่าย การศึกษาในระดับปริญญาตรีของเรา มีใช้สอนแฟชั่นโดยตรง ดังเช่น สถาบันการศึกษาแฟชั่นในประเทศต่าง ๆ เช่น ฝรั่งเศส, อิตาลี, อเมริกา แม้แต่จีนและญี่ปุ่น ก็มีโรงเรียนแฟชั่น แต่ในไทยเพิ่งเริ่มต้นเท่านั้น เนื่องจากแผนกแฟชั่นปริญญาตรีเพิ่งเริ่มเปิดในไทย กว่าจะมีนักศึกษาจบมาเข้าสู่สังคมต้องใช้เวลาถึง 4 ปี หลังจากนั้น จะต้องผ่านประสบการณ์งานจริงอีก 3-5 ปี ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า บุคลากรเหล่านี้กว่าจะสามารถสร้างแฟชั่นของไทยได้ ต้องใช้เวลาอีก 10 ปี”(เอกสาร (7))

ผู้อำนวยการสำนักงานกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น บุญชู วงศ์เกษม ได้กล่าวว่าความคิดสร้างสรรค์และการดีไซน์ที่เข้ากับความต้องการของตลาดสิ่งสำคัญที่สุดเพื่อให้ไทยเป็นศูนย์กลางแฟชั่นและกล่าวว่า “ความสำเร็จของต่างประเทศมาจากปัจจัยอย่างหนึ่งคือ แฟชั่นขึ้นอยู่กับความแตกต่างของดีไซน์ เช่น ถ้าผู้ประกอบการผ้าไหมหาดีไซน์ลวดลายแบบชาวตะวันตกออกกลางก็จะเป็นที่นิยมอย่างมาก พวกเรายังมีจุด



ได้เปรียบที่ค่าจ้างแรงงานของเราต่ำกว่ายุโรป เช่น หัตถกรรมแบบไทยไม่สามารถเกิดในยุโรปได้ ดังนั้น ความสำคัญของการดีไซน์ จะไม่เฉพาะเสื้อผ้าเท่านั้น แต่รวมถึงหมด ตัวอย่างเช่น เพลมีขายในต่างจังหวัด ไทย ถ้ามีผู้หัวใสใช้วัสดุมาดีไซน์ให้ได้แปล 20-30 ชนิด เพลก็จะกลายเป็นของโก้หรูที่ใช้ในบ้านทันสมัย ได้ แม้จะเป็นบ้านร่ำรวยก็เป็นไปได้ว่าจะใช้เพลเหล่านี้ ดังนั้น การจะกลายเป็นเมืองแฟชั่นต้องให้ความสำคัญต่อดีไซน์ ต้องหาวัสดุแปลก ๆ ที่ทำให้สินค้าเปลี่ยนไปอีกหนึ่งแบบ ซึ่งต้องค่อย ๆ บรรจงคิด มิใช่หวังผลในระยะสั้น การสร้างบุคลากร, บริษัท และเมืองแฟชั่นมิใช่สิ่งง่าย แม้แต่การสร้างบุคลากร นั้น กว่าจะเรียกว่าผู้เชี่ยวชาญก็ต้องใช้เวลาศึกษาเรียนรู้ 10 กว่าปีขึ้นไป ภาคเอกชนจะต้องร่วมมือกันนี้ โดยต้องรวมตัวเป็นกลุ่ม ผู้ประกอบการต้องแสดงความเห็นอย่างตรงไปตรงมา และทำงานอย่างมากร่วมกัน ผู้บริหารโครงการมักมีความเห็นว่าความร่วมมือจากภาคเอกชนมีน้อย ผู้ร่วมมือก็ร่วมมือเต็มที่ ผู้คนนอกจากนี้ก็ไม่มีความสนใจร่วมมือ ตัวอย่างเช่น ในงานสัมมนาผู้ไม่มาก็จะได้มาเสมอ ๆ เพราะเห็นจะเสียเวลาเปล่าประโยชน์ ซึ่งถ้าเจ้าของหรือผู้ประกอบการเป็นเช่นนี้แล้ว ผู้คนได้บังคับบัญชาจะไม่สามารถพัฒนาได้ โครงการนี้เองอยากให้เอกชนเป็นผู้นำหน้าในการลงทุน เพราะจะให้รัฐดูแลทั้งหมด เป็นไปไม่ได้ จะต้องช่วยเหลือกันและกัน” (จากเอกสาร (7))

คุณบุญชู ได้กล่าวว่า “เพื่อให้เกิดกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น จะต้องเน้นความสำคัญของการดีไซน์” ดังนั้นความร่วมมือของเอกชนเป็นสิ่งสำคัญมาก

นายเทียนชัย มหาศิริ แห่งสมาคมผู้ผลิตเครื่องนุ่งห่มได้กล่าวว่า เราไม่ควรคิดว่าเราจะแข่งขันกับ ปารีสหรือมิราโน.... แต่เราต้องสร้างความสัมพันธ์กับสถาบันแฟชั่นกับฝรั่งเศส-อิตาลี-ญี่ปุ่น เพื่อดึงศักยภาพของเขาเหล่านั้นเข้ามาในไทย เราไม่ควรมองว่าจะเกิดผลภายใน 2 ปี โรมมิได้สร้างขึ้นในวันเดียว ฝรั่งเศสเองกว่าจะมาถึงจุดนี้ได้ก็ใช้เวลาหลายปี สิ่งนี้คือ จุดอ่อนของโครงการนี้ เราไม่สามารถสร้างเมืองแฟชั่นได้ในระยะสั้น จะต้องทำให้ประชาชนเข้าใจว่าโครงการนี้ต้องใช้เวลา เราจะต้องสื่อสารกับประชาชนในประเด็นนี้ มิฉะนั้นผู้คนจะคิดว่าโครงการนี้ไม่สัมฤทธิ์ผล”

“สื่อสารมวลชนมักถามข้าพเจ้าว่า โครงการนี้จะสำเร็จได้หรือไม่? ทำไมถามแต่คำถามนี้ มาถึงขณะนี้เราได้ลงทุนทั้งคน, เงิน, พลังสมอง จะไม่ขอตอบคำถามนี้ แต่จะขอตอบคำถามที่ว่าจากนี้ไปต้องทำอะไรบ้าง ข้าพเจ้าขออธิบายว่า โครงการนี้เปรียบเสมือนการวางเสาหลัก เมืองแฟชั่นคืออะไร? แฟชั่นมิได้หมายถึงไฮโซ.... ในไทยเองมีดีไซน์เนอร์ แต่อาจไม่เข้าใจความต้องการของตลาด ดังนั้น จะดีไซน์ตามเทรนด์ของโลกได้หรือไม่? เราจะต้องมีดีไซน์ที่ผู้คนระดับนานาชาติเห็นแล้วอยากซื้อ ในขณะที่เดียวกันดีไซเนอร์นั้น ๆ มีความเป็นไทยอยู่ด้วย ซึ่งสิ่งที่สำคัญคือต้องอาศัยความชำนาญและแนวคิดที่หลากหลาย และแฟชั่นของไทยที่ออกมานั้น จะเลียนแบบได้ยาก เช่น เส้นโค้งหรือสีที่ถูกต้องใจผู้คนนานาชาติ เช่น แฟชั่นที่เห็นแล้วสบายใจ หรือ ฝรั่งเศส สีที่ร้อนแรงคือสเปน ที่เห็นแล้วรู้สึกว่ามีพลังยิ่งคืออิตาลี ของที่องค์กรประกอบดีเรียบ ๆ คือ แฟชั่นของญี่ปุ่น กล่าวคือ ขณะนี้จะต้องวางเสาหลัก หลังจากนั้นจึงสร้างฐานพื้นที่เสร็จแล้วจึงสร้างตึกขึ้นไปได้ ซึ่งต้องใช้เวลา ถ้าขณะนี้ถ้าไม่วางเสาหลัก จะไม่มีทางนำไปสู่เมืองแฟชั่นได้ มีหลายประเทศที่อยากเป็นเมืองแฟชั่นแต่ไม่สำเร็จ เนื่องจากไม่มีการเตรียมตัว

เช่นเดียวกับไทย ไทยเองมีทั้งสิ่งทอ,เสื้อผ้า,สินค้าเครื่องหนัง และยังมีรับช่วงการผลิตจากแบรนด์ต่าง ๆ ทั้งโลก นอกจากนี้ไทยเรายังมีความละเอียดอ่อน สวยแบบมีเสน่ห์และวัฒนธรรม ในการจัดตั้งสถาบันวิจัยแฟชั่นที่มีปรีชาจาก MIT กล่าวว่า เมืองไทยน่าจะทำได้ เรามีความยืดหยุ่น ซึ่งถ้าจัดเกลาให้ดีจะได้เพชรน้ำงาม” (จากเอกสารหมายเลข (7))

ดังที่นายเทียนชัย ได้กล่าวว่า “ไม่มีทางที่จะสร้างเมืองแฟชั่นได้ภายในเวลาอันสั้น จะต้องใช้เวลาค่อยเป็นค่อยไป” ดังนั้น ไม่สามารถตอบได้ทันทีว่ากรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น จะได้รับความสำเร็จหรือไม่ เนื่องจากขึ้นกับว่าจะ “สร้างบุคลากร” อย่างไร และจะสร้างดีไซน์เนอร์ที่มีความคิดสร้างสรรค์อย่างไร ซึ่งทั้งนี้ต้องประเมินโดยใช้ระยะเวลาที่ยาวนาน

## เชิงอรรถ

- (1) "Industry of the Month: กรุงเทพฯเมืองแฟชั่น" in วารสาร ส.อ.ท.สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, Vol.12 No.67, Jan-Feb.,2003
- (2) "จุดยืน? กรุงเทพฯเมืองแฟชั่น" in ธุรกิจก้าวหน้า, 16 : 180 (Aug-Sep) 2003
- (3) "Industry Profile : กรุงเทพฯเมืองแฟชั่น" in อุตสาหกรรมสาร, Vol.47, May-June, 2004
- (4) สำนักงานโครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น "กรุงเทพฯเมืองแฟชั่น"
- (5) สำนักงานโครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น "รายละเอียดการดำเนินงาน โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น"
- (6) สำนักงานโครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น "โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น"
- (7) "Covet Story: Thailand" in Commercial World Magazine, February 2006
- (8) สำนักงานโครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น "คำถาม-คำตอบ : โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น"
- (9) "กรม.ปล่อยงบประมาณต่อกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น" ประชาไท, 11 ม.ก.48
- (10) [www.bangkokfashioncity.com](http://www.bangkokfashioncity.com)
- (11) เถลิงผล ไชยรัตนชัยवाल "Sparkling Stone" in Fashion Biz, No.52 March 2006
- (12) เถลิงผล ไชยรัตนชัยवाल "Fashion Festival" in Fashion Biz, No.52 March 2006
- (13) Bangkok Fashion Now & Tomorrow" in Textile Digest, Vol.12 No.130, February 2005
- (14) Pamphlet T-DET (Textile and Garment Development in Efficiency and Technology), T-DET
- (15) สำนักงานโครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น, รายงานผลความคืบหน้าโครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น ณ วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2549
- (16) สมาคมเครื่องหนังไทย "โครงการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันธุรกิจแฟชั่นสาขาอุตสาหกรรมเครื่องหนัง" 2006

## รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ และวันเดือนปีการสัมภาษณ์

- (1) ปราโมทย์ วิทยาสุข อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, กระทรวงอุตสาหกรรม, เลขานุการคณะกรรมการดำเนินการโครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น, 14 มี.ก.2006 ที่ศูนย์ประชุมนานาชาติสิรินธร
- (2) สดิต ปุติไชยนต์ รองคณบดีสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตกรุงเทพฯ, ผู้รับผิดชอบโครงการ T-DET (Textile and Garment Development in Efficiency and Technology) 16 มี.ก. 2006, ที่สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตกรุงเทพฯ

- (3) กาญจนา ชูสุวรรณย์ รองศาสตราจารย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ผู้รับผิดชอบโครงการ JARAD (Jewelry Advanced Research and Development), 22 มี.ค.2006, ที่มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- (4) เทียนชัย มหาสิริ ประธานสมาคมผู้ผลิตเครื่องนุ่งห่มไทยและประธานบริษัท Liang Thai Apparel, 23 มี.ค.2006, ที่สมาคมผู้ผลิตเครื่องนุ่งห่มไทย
- (5) บุญชู วงษ์เกษม รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, ผู้อำนวยการสำนักงานโครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น, 27 มี.ค.2006, ที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, กระทรวงอุตสาหกรรม
- (6) ประทีร โสกรัยกิตติคุณ รองประธานสมาคมผู้ค้าพลอย-อัญมณีไทย, 2 ก.ย.2006, ที่บริษัท Pranda Jewelry
- (7) ชิด เหล่าวัฒนา, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า วิทยาเขตธนบุรี, ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยหุ่นยนต์, 5 ก.ย.2006 ที่สถาบันพระจอมเกล้าวิทยาเขตธนบุรี
- (8) เฉลิมพงษ์ หัสมนต์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า วิทยาเขตพระนครเหนือ รองศาสตราจารย์, 5 ก.ย. 2006 ที่ Imperial Tra Hotel

(2008. 2. 15 受理)